

MÁSTER UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA (UPC)

- > Memoria¹ para la verificación de titulaciones oficiales de Grado y Máster Universitario de acuerdo con el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

¹ Transitoriamente, y mientras no se disponga de una aplicación adaptada a los requerimientos del Anexo II del Real Decreto 822/2021, esta memoria se debe adjuntar transformada al formato PDF en los espacios de la actual aplicativo de verificación, preferentemente en el apartado 2 de Justificación de las enseñanzas.

1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

TABLA 1. Descripción del título

1.1. Denominación del título	Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Catalunya
1.2. Ámbito de conocimiento	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
1.3. Menciones y especialidades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Especialidad en Dirección Estratégica (25 ECTS)</i> ▪ <i>Especialidad en Negocios Internacionales / Internacional Business (25 ECTS)</i>
1.4.a) Universidad responsable	Universidad Politécnica de Catalunya
1.4.b) Universidades participantes	-
1.4.c) Convenio títulos conjuntos	-
1.5.a) Centro de impartición responsable	<i>Centro Universitario Euncet, Código RUCT 08070131</i>
1.5.b) Centros de impartición	-
1.6. Modalidad de enseñanza	Presencial y Semipresencial
1.7. Número total de créditos	60
1.8. Idiomas de impartición	Castellano Inglés
1.9.a) Número total de plazas	100
1.9.b) Oferta de plazas por modalidad	Presencial: 25 Semipresencial: 75

1.10. Justificación del interés del título

Es indudable que nos hallamos inmersos en un proceso progresivo de globalización de la actividad económica en general, de cambio y constante incertidumbre en los ámbitos económico, social y tecnológico que, forzosamente, han de incidir en la organización y la estructura de las empresas.

¿Cuáles son los procesos que caracterizan la economía mundial de la actual sociedad del conocimiento? Estas tendencias se pueden resumir en dos ideas fundamentales que están ligadas:

- a. Un fuerte aumento de la competencia entre empresas, pero también entre países. De esta competencia se deriva que sólo sobrevivan aquellas empresas más productivas, innovadoras y con un fuerte liderazgo.
- b. Cambios en los modelos de gestión empresarial. La gestión de las empresas está cada vez más orientada a la creación y maximización del valor.

En efecto, los cambios transcendentales que se están produciendo –avances tecnológicos, mejora de las comunicaciones, desarrollo de países tradicionalmente atrasados y que suponen mayor competencia para nuestra industria– implican la necesaria adaptación de nuestras empresas a nuevas situaciones y a nuevas herramientas de gestión empresarial.

En el espacio económico mundial, los dirigentes han de cambiar su marco de referencia sin menospreciar los valores y cultura que les son propios. Estos dirigentes deben entender que la competitividad es una condición necesaria, aunque no suficiente, para la supervivencia de las organizaciones a nivel internacional.

En este contexto de cambio permanente se configura el programa de Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas, que persigue un objetivo prioritario: transferir a nuestros participantes los métodos y sistemas académicos más adecuados para llevar a cabo una gestión eficaz y competitiva.

El programa de Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas es un programa de formación en dirección y administración de empresas, entendiendo como tal una concepción global de la empresa y una visión estratégica del futuro de la organización. Este hecho implica llevar a cabo un esfuerzo integrador sobre todas las áreas de la actividad empresarial con la finalidad de implementar aquellas políticas y estrategias más adecuadas para conseguir con éxito los objetivos de la empresa. El mundo empresarial demanda profesionales capacitados con unos conocimientos sólidos de las diversas áreas de gestión y, a su vez, con unas habilidades personales como la versatilidad, la adaptación, la reflexión, la resolución y la creatividad.

El Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas está dirigido a titulados universitarios sin experiencia laboral que deseen tener un conocimiento profundo del funcionamiento de la gestión empresarial y los numerosos campos que ésta abarca. También ha estado concebido para todas aquellas personas que, con experiencia laboral previa, quieran hacer un reciclaje en las más actuales técnicas de gestión empresarial.

Se trata de un programa que tiene una vocación mixta, ya que no solo quiere potenciar y favorecer la inserción laboral del alumno y su desarrollo profesional, sino también promover el espíritu y la capacidad emprendedora mediante una fuerte orientación al mercado, en el sentido de poner en valor potenciales productos y servicios en sus potenciales mercados. Por tanto, el Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas puede resultar de interés tanto para las personas que una vez finalizado el máster desean seguir desarrollando su carrera profesional en áreas afines de instituciones orientadas al mercado, así como para los que deseen contrastar su capacidad de innovación delante del mercado mediante el desarrollo de un proyecto empresarial propio y, de esta manera, facilitar su inserción en el mercado laboral y crear valor para la sociedad.

1.11. Objetivos formativos

1.11.a) Principales objetivos formativos del título

Preparar profesionales capaces de ocupar funciones y/o responsabilidades propias de la dirección general en cualquier tipo de organización, pública o privada. Para ello, el máster proporciona un conocimiento avanzado en el ámbito de la dirección general de empresas, haciendo especial hincapié en las competencias relacionadas con la comprensión del entorno actual, caracterizado por una elevada complejidad y dinamismo y un uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación. Adicionalmente, proporciona un conocimiento avanzado de las diferentes áreas funcionales de la organización desde la perspectiva de su dirección y de la coherencia de funcionamiento global que debe existir entre todas ellas.

Brindar al estudiantado una concepción total de la empresa, del funcionamiento de las organizaciones y de la toma de decisiones desde la perspectiva gerencial, a través de una visión integradora de todas las áreas funcionales, implementando estrategias y políticas adecuadas a cada situación para alcanzar con éxito los objetivos corporativos.

1.11.b) Objetivos formativos de las menciones o especialidades

La **especialidad en Dirección Estratégica** tiene por objetivo dar respuesta a las necesidades profesionales de conocimiento de técnicas, herramientas, actitudes y aptitudes para el desempeño óptimo de la gestión gerencial, tanto para aquellos profesionales que han recibido formación previa en la materia, que necesitan actualizar y profundizar sus conocimientos, como para aquellos no se han formado aún, dotando al estudiante de habilidades que llevan a afrontar correctamente los procesos de toma de decisiones y a dirigir con éxito una organización.

La **especialidad en Negocios Internacionales / International Business** se enfoca en la internacionalización de la empresa, la competitividad global y la competencia internacional, así como en los nuevos desafíos que plantea la elaboración de una estrategia internacional respecto a una local. El programa profundiza en las claves de la administración global: operaciones de importación / exportación; proyectos de inversión y productos financieros; oportunidades comerciales emergentes; gestión del riesgo financiero; liderazgo en equipos multiculturales; diseño de estructuras organizacionales deslocalizadas; y procesos de entrada, penetración y expansión en mercados internacionales, entre otros desafíos.

1.12. Estructuras curriculares específicas y justificación de sus objetivos

No aplica.

1.13. Estrategias metodológicas de innovación docente específicas y justificación de sus objetivos

No se han incorporado estrategias metodológicas de innovación docente específicas.

1.14. Perfiles fundamentales de egreso a los que se orientan las enseñanzas

El egresado del Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas será un profesional capaz de analizar y sintetizar situaciones de negocios y problemáticas organizativas, gestionando la información y los datos que permitan tomar decisiones en los niveles estratégico, táctico y operativo. Es un perfil que comprende la interrelación entre las diferentes áreas funcionales y de negocio, y que entrena la mirada para descubrir nuevas oportunidades de negocio y lograr la generación de ventajas competitivas duraderas. Sobre la base de un conjunto de valores humanistas y capacidades interpersonales, gestiona equipos y asume liderazgos para guiar a la organización hacia la efectividad y la eficiencia.

Este máster prepara profesionales capacitados con habilidades directivas necesarias para liderar y participar en proyectos empresariales y cuyas salidas profesionales estarán ligadas a ocupar cargos como: director/a general, director/a de área funcional, analista, consejero/a, director/a de estrategia y planificación, director/a de Internacionalización, jefe/a de delegación/sucursal, jefe/a de proyectos.

Cuatro pilares sostienen este perfil profesional: emprendimiento e innovación; sostenibilidad y compromiso social; trabajo en equipo; y uso solvente de los recursos de información.

1.14.bis) Actividad profesional regulada habilitada por el título

No aplica.

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

2.1. Conocimientos o contenidos (*Knowledge*)

- C1: Interpretar la complejidad de los fenómenos económicos y sociales que definen la sociedad actual, a fin de alcanzar una síntesis que contextualice la actividad empresarial.
- C2: Examinar la organización de una empresa a través de las ciencias que rigen su actividad: las normas laborales y las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, la calidad y el beneficio.
- C3: Analizar el impacto de las variables macro y microeconómicas en las organizaciones empresariales, necesarias para la valoración de activos, la selección de inversiones, las fuentes de financiación, las políticas financieras o los mercados en los cuales operar.
- C4: Interpretar holísticamente las organizaciones empresariales, tanto en la relación con su contexto externo, como en términos de procesos internos de administración, dirección y gestión de las distintas áreas funcionales.
- C5: Determinar el impacto de la coyuntura económica local e internacional en las decisiones empresariales.
- C6: Enumerar los aspectos estratégicos para la creación y gestión de una empresa.
- C7: Valorar los estados financieros de una empresa a partir del análisis interno, de las necesidades de sus usuarios y de la normativa aplicable.
- C8: Priorizar estratégicamente los grupos de interés, la cadena de gobierno, la agenda ética y la cultura local y regional, en tanto inciden en las expectativas y propósitos de las organizaciones.
- C9: Analizar el impacto de la globalización como factor clave de los procesos de internacionalización de las organizaciones pequeñas, medianas y grandes.

2.2. Habilidades o destrezas (*Skills*)

- H1: Gestionar la adquisición, la estructuración, el análisis y la visualización de datos, como elementos clave para la toma de decisiones en los niveles estratégico, táctico y operativo de una organización empresarial.
- H2: Desarrollar una agudeza analítica que impulse el descubrimiento de nuevas oportunidades de negocio y de emprendimiento.
- H3: Diseñar estructuras y flujos de trabajo que mejoren la efectividad personal y del conjunto.

- H4: Diseñar acciones de marketing estratégico que construyan ventajas competitivas y valor para el cliente, desplegadas a través de tácticas de producto, precio, comunicación y distribución.
- H5: Implantar los diferentes procesos de gestión de personas y de construcción de liderazgo, atendiendo a las singularidades de la organización y teniendo en cuenta la flexibilidad que requieren determinados sectores productivos.
- H6: Construir la estructura de un sistema de costes y de control de gestión empresarial seleccionando el método (más ajustado a la empresa y a su entorno) que posibilite racionalizar el coste y optimizar la rentabilidad empresarial.
- H7: Formular modelos de negocio digital.
- H8: Evaluar el riesgo financiero de una empresa, a fin de identificar la cobertura financiera más adecuada a sus necesidades.

2.3. Competencias (*Competences*)

- P1: Formular la estrategia corporativa de una empresa, así como las estrategias competitivas y funcionales que de ella se deriven, con la mirada puesta en la construcción de ventajas competitivas sostenibles.
- P2: Asumir responsabilidades de dirección en cualquiera de las áreas funcionales, departamentos o proyectos de la empresa, desempeñando eficazmente la gestión y el liderazgo.
- P3: Entrenar la mirada –la propia y la de la organización– reconociendo las oportunidades con la anticipación justa para diferenciarse con una propuesta de valor necesaria, y que irrumpa en la sociedad en el momento indicado.
- P4: Desarrollar proyectos de cambio cultural que promuevan la integración y confluencia del conjunto de la organización, con valores compartidos que contribuyan a la consecución de las metas estratégicas y socialmente responsables.
- P5: Amalgamar equipos interdisciplinarios de orígenes diversos, impulsando el potencial de las diferencias geográficas y culturales.
- P6: Conocer y comprender, desde el propio ámbito de la titulación, las desigualdades por razón de sexo y género en la sociedad; integrar las diferentes necesidades y preferencias por razón de sexo y de género en el diseño de soluciones y resolución de problemas.

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

3.1. Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes

3.1.a) Normativa y procedimiento general de acceso

El sistema de acceso y admisión a las enseñanzas oficiales de Máster Universitario está regulado en el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

La información específica de acceso a los estudios de máster de la UPC está detallada en el siguiente enlace: <https://www.upc.edu/sga/es/verifica/nagrama/AccesoMaster>

También pueden acceder a este máster universitario estudiantes de grado de la UPC que, a pesar de no haber obtenido el título de grado, tengan pendiente el TFG y, como máximo, hasta 9 ECTS (incluidos créditos pendientes de reconocimiento o transferencia), o bien que hayan finalizado sus estudios pero estén pendientes de obtener, en su caso, la competencia transversal en una tercera lengua. En ningún caso los estudiantes que accedan por esta vía podrán obtener el título de máster si previamente no han obtenido el título de grado.

La información específica de acceso al Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas se encuentra en el apartado *Acceso y admisión* disponible en el siguiente enlace: <https://www.euncet.com/es/masteres/informacion-practica-masteres/?tab=0>

3.1.b) Criterios y procedimiento de admisión a la titulación

Este Máster se dirige preferentemente a licenciados, graduados y diplomados en: Ciencias Empresariales; Administración y Dirección de Empresas; Economía; Investigación y Técnicas de Mercado.

Igualmente podrán acceder titulados universitarios oficiales en la rama de conocimiento de Ingeniería y Arquitectura, con formación específica en el ámbito de la economía y la empresa, tales como el Grado en Ingeniería en Tecnologías Industriales o el Grado en Ingeniería Mecánica, ambos de la UPC.

No obstante, aquellos candidatos que no sean titulados universitarios de las ramas de conocimiento anteriormente mencionadas o que siéndolo, no hayan cursado planes de estudios que incluyan los fundamentos de la titulación de máster que se propone, deberán cursar un complemento de formación para sentar las bases del conocimiento en el ámbito de la gestión empresarial.

Requisito de idioma inglés

A los estudiantes que elijan la especialidad de Negocios Internacionales / International Business, se les exigirá un nivel equivalente de este idioma al B2 (FCE, IELTS 5 o TOEFL 61). Dicho requisito se solicitará con carácter previo al inicio del curso académico.

Criterios de valoración de méritos y selección

Los elementos a considerar y las ponderaciones de cada uno de ellos, son las siguientes:

- Expediente académico (30%)
- Currículum académico (20%)
- Experiencia profesional (20%)
- Carta de motivación (10%)
- Entrevista personal (20%)

Se considera que la entrevista personal -al incluir la valoración de aspectos más allá de los puramente cognitivos y racionales- es un ingrediente imprescindible para calibrar la adecuación del candidato al perfil de ingreso del máster y el encaje con el resto de estudiantes del grupo.

La puntuación final se utilizará como criterio de admisión en el supuesto de que la demanda supere la oferta. En caso de darse un empate entre dos o más candidatos, se aceptarán sus solicitudes por riguroso orden de llegada.

Complementos de formación

El complemento formativo a cursar corresponde al contenido de la asignatura del Grado en Administración y Dirección de Empresas denominada Gestión Empresarial, que tiene asignados 6 ECTS.

La Comisión Académica del Máster determinará que estudiantes deben de realizar el complemento formativo en función de la titulación de ingreso y de las competencias académicas previas reflejadas en su expediente académico particular.

En caso de que los estudiantes dispongan de una experiencia profesional probada en el ámbito de la gestión empresarial, se evaluará por parte de la Comisión Académica del Máster si la experiencia empresarial demostrada permite acreditar que el estudiante ha adquirido los conocimientos del complemento formativo, quedando en este caso exentos de su realización.

El complemento formativo se ofrece en modalidad no presencial y se puede iniciar 3 meses antes del inicio del curso.

La descripción del contenido del complemento de formación denominado Gestión Empresarial se encuentra publicado en el apartado Acceso y admisión > Contenidos de los complementos formativos, en el siguiente enlace:

<https://www.euncet.com/es/masteres/informacion-practica-masteres/?tab=0>

3.2. Criterios para el reconocimiento y transferencias de créditos

TABLA 3. Criterios específicos para el reconocimiento de créditos

Reconocimiento por enseñanzas superiores no universitarias:	<i>Número máximo de ECTS: 0</i>
-	
Reconocimiento por títulos propios:	<i>Número máximo de ECTS: 25</i>
<i>Enlace plan docente título propio: enlace</i>	
Reconocimiento por experiencia profesional o laboral:	<i>Número máximo de ECTS: 0</i>
-	

La información específica para el reconocimiento y transferencia de créditos de la UPC está detallada en los siguientes enlaces:

Reconocimiento de créditos

<https://www.upc.edu/sga/es/verifica/nagrama/reconocimientos>

Transferencia de créditos

<https://www.upc.edu/sga/es/verifica/nagrama/Transferencia>

Créditos procedentes de títulos propios a extinguir por la implantación del presente título oficial de máster.

En aplicación del artículo 10.6 del Real Decreto 822/2021, se solicita el reconocimiento de un porcentaje superior al 15% del total de créditos del plan de estudios para el título propio de Máster en Administración y Dirección de Empresas (MBA) impartido por el Centro Universitario EUNCET. Dicho título propio fue extinguido en su totalidad a partir del curso académico 2015-2016 y sustituido por el Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas que se propone en esta memoria.

Solo se permite un reconocimiento de más del 15% para la edición 2014-2015 del título propio extinguido.

El límite de 18 ECTS a reconocer en másteres de 60 ECTS que establece la Normativa de los Estudios de Grado y Máster de la UPC, no se aplica en el caso específico de créditos procedentes de esta titulación, donde se podrán reconocer hasta 25 ECTS.

A continuación se indica el cuadro de reconocimientos entre el título propio y el máster actual (el TFM no se reconocerá en ningún caso):

Materia			Asignatura propuesta Máster Univ.			Asignatura actual Máster Propio	
Cód.	Nombre	ECTS	Cód.	Nombre	ECTS	Nombre	ECTS
						Introducción al marketing	3
						Estadística	3
						Organización y administración de empresas	3
EM G	Entorno y mercados globales / Environment and global markets	10	CSA	Contexto socioeconómico actual / Current socio-economic context	NO SE RECONOCE	Contexto socioeconómico actual	5
			MCI	Marketing y comercialización en entornos internacionales / Marketing and commercialization in international environment	NO SE RECONOCE	Marketing y comercialización en entornos internacionales	5
DEP	Dirección de personas / People management	10	CIT	Capital intelectual y gestión del talento / Intellectual capital and talent management	NO SE RECONOCE	Capital intelectual y gestión del talento	5
			LID	Habilidades Directivas / Management skills	NO SE RECONOCE	Habilidades Directivas	5
DES	Dirección estratégica / Strategic Management (<i>Materia de la especialidad Dirección Estratégica</i>)	10	DET	Dirección estratégica y Transformación Digital / Strategic Management & Digital Transformation	5	Dirección estratégica	5
			API	Analítica desde la perspectiva de la industria y del cliente / Analytics from Business and Industry	5	Emprendeduría e Internacionalización	5

				Perspective & Customer Analytics			
			FTD	Finanzas para la toma de decisiones y Control de Gestión / Finance for decision making & Management Control	5	Finanzas para la toma de decisiones	5
RES	Recursos estratégicos / Strategic Resources (Materia de la especialidad Dirección Estratégica)	15	TCO	Transformando y compitiendo desde las operaciones / Transforming and competing from operations	5	Dirección de operaciones y SCM	5
			PM D	Project Management en el mundo digital: aterrizando la estrategia / Project Management in the digital world: landing strategies	5	Control de gestión	5
TFM	Trabajo de fin de máster / Final Master Thesis	15	TF M	Trabajo de fin de máster / Final Master Thesis	NO SE RECONOCE	Trabajo de fin de máster	6
TOTAL					25		60

Nota: Para las materias de la especialidad *Negocios Internacionales/International Business*, no se prevé reconocimiento alguno, puesto que el título propio extinguido no ofrece dicha especialidad.

Para el reconocimiento de los créditos procedentes de este título propio, se aplicarán los criterios y procedimientos establecidos en la Normativa de los Estudios de Grado y Máster de la UPC.

En cualquier caso, para aplicar dicho reconocimiento, los estudiantes deberán cumplir las condiciones de acceso al máster establecidos en el apartado 3.1 de esta memoria.

3.3. Procedimientos para la organización de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida

No se contempla movilidad en el caso de este máster, al ser un programa de corta duración.

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1. Estructura básica de las enseñanzas

4.1.a) Resumen del plan de estudios

Tabla 4a. Resumen del plan de estudios (estructura cuatrimestral)

	Cuatrimestre 1	Cuatrimestre 2
Curso 1	<p>ECTS: 30</p> <p>Asignaturas obligatorias:</p> <ul style="list-style-type: none"> Contexto socioeconómico actual (5 ECTS) Marketing y comercialización en entornos internacionales (5 ECTS) Capital intelectual y gestión del talento (5 ECTS) Habilidades directivas (5 ECTS) <p>Especialidad en Dirección Estratégica</p> <ul style="list-style-type: none"> Dirección estratégica y transformación digital (5 ECTS) Análítica desde la perspectiva de la industria y del cliente (5 ECTS) <p>Especialidad en Negocios Internacionales / International Business</p> <ul style="list-style-type: none"> Dirección Financiera / Financial Management (5 ECTS) Gestión de las Tecnologías de la Información / Information Technologies Management (5 ECTS) 	<p>ECTS: 30</p> <p>Especialidad en Dirección Estratégica</p> <ul style="list-style-type: none"> Finanzas para la toma de decisiones y Control de Gestión (5 ECTS) Transformando y compitiendo desde las operaciones (5 ECTS) Project Management en el mundo digital: aterrizando la estrategia (5 ECTS) <p>Especialidad en Negocios Internacionales / International Business</p> <ul style="list-style-type: none"> Gestión de los Riesgos Financieros Internacionales / International Financial Risk Management (5 ECTS) Dirección Estratégica Global /Global Strategic Management (5 ECTS) Internacionalización de la Empresa / Corporate Internationalization (5 ECTS) <p>TFM</p> <ul style="list-style-type: none"> Trabajo de Fin de Máster (15 ECTS)

Resumen distribución global de créditos

Tipología de créditos	Número de créditos
Créditos obligatorios	20 ECTS
Créditos optativos	25 ECTS
Créditos prácticas externas	0 ECTS
Créditos trabajo de fin de máster	15 ECTS
TOTAL	60 ECTS

Tabla 4c. Estructura de las especialidades

Denominación	Asignaturas	Cuatrimestre	Créditos ECTS
Especialidad en Dirección Estratégica	• Dirección estratégica y transformación digital	1	5
	• Analítica desde la perspectiva de la industria y del cliente	1	5
	• Finanzas para la toma de decisiones y Control de Gestión	2	5
	• Transformando y compitiendo desde las operaciones	2	5
	• Project Management en el mundo digital: aterrizando la estrategia	2	5
Especialidad en Negocios Internacionales / International Business	• Dirección Financiera / Financial Management	1	5
	• Gestión de las Tecnologías de la Información / Information Technologies Management	1	5
	• Gestión de los Riesgos Financieros Internacionales /International Financial Risk Management	2	5
	• Dirección Estratégica Global / Global Strategic Management	2	5
	• Internacionalización de la Empresa / Corporate Internationalization	2	5

4.1.b) Plan de estudios detallado

Tabla 5. Plan de estudios detallado

Materia 1: Entorno y Mercados Globales	
Número de créditos ECTS	10
Tipología	<i>Obligatoria</i>
Organización temporal	<i>Cuatrimestre 1</i>
Modalidad	<i>Presencial o semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar la evolución de las variables económico-financieras nacionales e internacionales y su injerencia en la gestión de un proyecto empresarial, a partir de información obtenida en bases de datos y otras fuentes bibliográficas. • Sintetizar los principales informes sobre el entorno económico realizados por organismos internacionales y bancos centrales. • Interpretar críticamente las actuaciones de las autoridades económicas, con especial atención a la política monetaria y la política fiscal. • Adquirir una visión holística de los aspectos que se interrelacionan en el área funcional de marketing y comercialización, tanto desde la vertiente estratégica como desde la operativa en un entorno internacional. • Diseñar un plan de marketing, a partir del análisis del entorno competitivo, el profundo conocimiento del público objetivo y la detección de las oportunidades de mercado. • Aplicar las técnicas y herramientas para desplegar propuestas de valor diferenciadas, tanto para productos existentes como para nuevos lanzamientos.
Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> • Contexto Socioeconómico Actual: cuatrimestre 1; obligatoria; 5 ECTS; castellano e inglés. • Marketing y Comercialización en Entornos Internacionales: cuatrimestre 1; obligatoria; 5 ECTS; castellano e inglés.

Materia 2: Dirección de Personas	
Número de créditos ECTS	10
Tipología	<i>Obligatoria</i>
Organización temporal	<i>Cuatrimestre 1</i>
Modalidad	<i>Presencial o semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Enumerar los aspectos estratégicos y operativos que gestiona el área funcional de recursos humanos, desde una perspectiva integral que coloque al capital humano como un factor decisivo para la competitividad y la sostenibilidad de las empresas. • Distinguir las ventajas de la gestión por competencias frente a los sistemas tradicionales de gestión administrativista del personal. • Aplicar las técnicas y herramientas esenciales de la gestión de personas: análisis y descripción de puestos de trabajo, selección de personal, análisis del clima laboral, evaluación del desempeño, formación y retribución / compensación. • Interpretar conjuntos de indicadores, sobre los cuales se sustenta la toma de decisiones estratégicas respecto a la gestión de personas. • Estimar de forma precisa la estructura de costes de personal, conforme a la normativa laboral vigente y las obligaciones de la empresa frente a las administraciones. • Formular la estrategia integral de la gestión de personas, en la que se incluyan acciones de atracción y desarrollo de talento, construcción de liderazgo, bienestar laboral, impulso de habilidades directivas y demás aristas de la conducción de equipos. • Formular planes de gestión del cambio y de acompañamiento a procesos de transformación organizacional.
Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> • Capital Intelectual y Gestión del Talento: cuatrimestre 1; obligatoria; 5 ECTS; castellano e inglés. • Habilidades Directivas: cuatrimestre 1; obligatoria; 5 ECTS; castellano e inglés.

Materia 3: Dirección Estratégica	
Número de créditos ECTS	10
Tipología	<i>Optativa de especialidad</i>
Organización temporal	<i>Cuatrimestre 1</i>
Modalidad	<i>Presencial o semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Liderar la estrategia competitiva y corporativa de una empresa, desde el diseño y la planificación hasta la ejecución. • Distinguir las diferentes estrategias de crecimiento de una empresa, incluida la internacionalización. • Formular iniciativas de emprendimiento, de intraemprendimiento y de constitución de nuevas empresas o startups, aplicando diversas metodologías y herramientas de diseño estratégico (Lean Startup, Business Model Canvas, etc.). • Analizar críticamente las cifras de rendimiento del negocio en relación al sector y al mercado, incluyendo la utilización de tecnologías emergentes de gestión de datos masivos (Big Data y Business Analytics). • Desarrollar capacidades organizacionales que impulsen la innovación y preparen al conjunto de la empresa de cara a procesos de transformación. • Identificar las tendencias y tecnologías emergentes que tendrán mayor impacto en el modelo de negocio y que pueden constituir ventajas significativas. • Resolver situaciones de riesgo, incertidumbre y conflicto de intereses, a través de la simulación de casos reales.
Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección Estratégica y Transformación Digital: cuatrimestre 1; optativa; 5 ECTS; castellano e inglés. • Analítica desde la Perspectiva de la Industria y del Cliente: cuatrimestre 1; optativa; 5 ECTS; castellano e inglés.

Materia 4: Recursos Estratégicos	
Número de créditos ECTS	15
Tipología	<i>Optativa de especialidad</i>
Organización temporal	<i>Cuatrimestre 2</i>
Modalidad	<i>Presencial o semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un sistema de indicadores para analizar los resultados de la empresa en las perspectivas financiera, de cliente, de procesos y de aprendizaje, utilizando herramientas de Business Intelligence. • Interpretar los resultados de negocio a los efectos de corregir o redefinir un plan estratégico en su totalidad o en alguna de sus partes. • Reconocer todos los elementos que componen la contabilidad de una empresa, a partir del cual establecer pautas de control financiero y planificación presupuestaria. • Identificar oportunidades de inversión que impulsen la estrategia corporativa y los resultados del negocio. • Formular planes de gestión de fusiones y adquisiciones. • Determinar las prioridades y objetivos en términos de calidad y prevención de riesgos. • Reestructurar la cadena de suministros a los efectos de optimizar sus componentes incorporando los avances tecnológicos más adecuados. • Interpretar los beneficios y riesgos que implica para la organización la incorporación de la robótica, la inteligencia artificial y la automatización. • Aplicar diferentes enfoques de gestión de proyectos y metodologías ágiles. • Diseñar modelos de negocio digital a partir de metodologías como Growth Hacking y Design Thinking.
Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzas para la Toma de Decisiones y Control de Gestión: cuatrimestre 2; optativa; 5 ECTS; castellano e inglés. • Transformando y Compitiendo desde las Operaciones: cuatrimestre 2; optativa; 5 ECTS; castellano e inglés. • Project Management en el Mundo Digital: aterrizando la estrategia: cuatrimestre 2; optativa; 5 ECTS; castellano e inglés.

Materia 5: Dirección de la Empresa Internacional / International Management	
Número de créditos ECTS	15
Tipología	<i>Optativa de especialidad</i>
Organización temporal	<i>Cuatrimestre 1 y 2</i>
Modalidad	<i>Presencial o semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Describir los principales elementos a considerar en la gestión de sistemas de información, digital business, business intelligence y comercio electrónico. • Formular planes de acción basados en CRM. • Reconocer los fundamentos de los negocios internacionales y las claves de la administración global. • Analizar la viabilidad de los proyectos de inversión a nivel internacional a partir del estudio de casos. • Estimar las coberturas de tipos de cambios en operaciones de importación / exportación y el impacto de estas operaciones en estructuras corporativas globales. • Generar oportunidades comerciales emergentes a través del uso de tecnologías de la información. • Identificar la estrecha relación entre la estrategia de TI, la estrategia comercial y el proceso de planificación estratégica, a los efectos de alinear sus objetivos. • Definir el impacto del proceso de digitalización en las estrategias empresariales actuales. • Enumerar los conceptos y las dinámicas de funcionamiento de los mercados de productos financieros derivados, mercados de futuros y opciones, y fondos de cobertura, así como su aplicación en estrategias de inversión. • Diseñar planes de disminución del riesgo financiero (máximo retorno y mínimo riesgo). • Formular estrategias de hedging.
Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección Financiera / Financial Management: cuatrimestre 1; optativa; 5 ECTS; inglés. • Gestión de las Tecnologías de la Información / Information Technologies Management: cuatrimestre 1; optativa; 5 ECTS; inglés. • Gestión de los Riesgos Financieros Internacionales / International Financial Risk Management: cuatrimestre 2; optativa; 5 ECTS; inglés.

Materia 6: Internacionalización de la Empresa / Corporate Internationalization	
Número de créditos ECTS	10
Tipología	<i>Optativa de especialidad</i>
Organización temporal	<i>Cuatrimestre 2</i>
Modalidad	<i>Presencial o semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los factores clave que inciden en la internacionalización, la competitividad global y la competencia internacional. • Distinguir los desafíos que plantea la elaboración de una estrategia local respecto a una internacional. • Formular planes de entrada, penetración y expansión en mercados internacionales. • Resolver el desafío de la segmentación y el posicionamiento en procesos de selección de mercados objetivo internacionales. • Identificar con precisión los competidores y stakeholders esenciales en el mercado global. • Describir el funcionamiento de las corporaciones multinacionales y la relación estratégica entre la casa matriz y las filiales. • Revisar la estructura organizativa de las corporaciones multinacionales a los efectos de reducir las fricciones propias de la diversidad cultural, a la vez que se explota el potencial que aporta la diversidad de enfoques. • Identificar los principales desafíos de la gestión de la cadena de suministros internacional. • Enumerar las últimas tendencias y fenómenos en el negocio internacional.
Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección Estratégica Global / Global Strategic Management: cuatrimestre 2; optativa; 5 ECTS; inglés. • Internacionalización de la Empresa / Corporate Internationalization: cuatrimestre 2; optativa; 5 ECTS; inglés.

Materia 7: Trabajo de Fin de Máster	
Número de créditos ECTS	15
Tipología	<i>TFM</i>
Organización temporal	<i>Cuatrimestre 2</i>
Modalidad	<i>Presencial o semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Diferenciar entre ideas y oportunidades de negocio: de la creatividad infinita a modelos de negocio sostenibles. • Crear un canvas de modelo de negocio partiendo de la identificación de una necesidad no cubierta o mal cubierta en un colectivo de consumidores o un mercado. • Formular un plan de negocio a partir de la aplicación de diferentes herramientas de diagnóstico y presentando una agenda de acción viable y consistente que persiga la rentabilidad y sostenibilidad del negocio. • Elaborar de un plan de internacionalización, adaptando el negocio local a las condiciones, las oportunidades y los riesgos del mercado global. • Desarrollar un trabajo de investigación sobre alguna de las problemáticas abordadas por el máster, en profundidad, metodológicamente coherente y con un método riguroso, distinguiendo entre investigación exploratoria o descriptiva y entre técnicas cuantitativas y cualitativas.
Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo de Fin de Máster: cuatrimestre 2; TFM; 15 ECTS; castellano e inglés.

A continuación detallamos, mediante tablas de correspondencias, cómo los resultados de aprendizaje de las materias contribuyen a la adquisición de los resultados de aprendizaje de la titulación.

Igualmente, se puede consultar esta información en el enlace siguiente:

[https://euncetedu.sharepoint.com/sites/Euncet_Public/Documentos%20compartidos/Documents%20P%C3%BAblics/MODIFICACION MUAE 2023/MUAE MATERIAS RESULTADOS APRENDIZAJE.pdf](https://euncetedu.sharepoint.com/sites/Euncet_Public/Documentos%20compartidos/Documents%20P%C3%BAblics/MODIFICACION%20MUAE%202023/MUAE%20MATERIAS%20RESULTADOS%20APRENDIZAJE.pdf)

Resultados del proceso de formación y de aprendizaje

Conocimientos o contenidos (CON)	
Interpretar la complejidad de los fenómenos económicos y sociales que definen la sociedad actual, a fin de alcanzar una síntesis que contextualice la actividad empresarial.	C1
Examinar la organización de una empresa a través de las ciencias que rigen su actividad: las normas laborales y las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, la calidad y el beneficio.	C2
Analizar el impacto de las variables macro y microeconómicas en las organizaciones empresariales, necesarias para la valoración de activos, la selección de inversiones, las fuentes de financiación, las políticas financieras o los mercados en los cuales operar.	C3
Interpretar holísticamente las organizaciones empresariales, tanto en la relación con su contexto externo, como en términos de procesos internos de administración, dirección y gestión de los distintos áreas funcionales.	C4
Determinar el impacto de la coyuntura económica local e internacional en las decisiones empresariales.	C5
Enumerar los aspectos estratégicos para la creación y gestión de una empresa.	C6
Valorar los estados financieros de una empresa a partir del análisis interno, de las necesidades de sus usuarios y de la normativa aplicable.	C7
Priorizar estratégicamente los grupos de interés, la cadena de gobierno, la agenda ética y la cultura local y regional, en tanto inciden en las expectativas y propósitos de las organizaciones.	C8
Analizar el impacto de la globalización como factor clave de los procesos de internacionalización de las organizaciones pequeñas, medianas y grandes.	C9
Habilidades o destrezas (HAB)	
Gestionar la adquisición, la estructuración, el análisis y la visualización de datos, como elementos clave para la toma de decisiones en los niveles estratégico, táctico y operativo de una organización empresarial.	H1
Desarrollar una agudeza analítica que impulse el descubrimiento de nuevas oportunidades de negocio y de emprendimiento.	H2
Diseñar estructuras y flujos de trabajo que mejoren la efectividad personal y del conjunto.	H3
Diseñar acciones de marketing estratégico que construyan ventajas competitivas y valor para el cliente, desplegadas a través de tácticas de producto, precio, comunicación y distribución.	H4
Implantar los diferentes procesos de gestión de personas y de construcción de liderazgo, atendiendo a las singularidades de la organización y teniendo en cuenta la flexibilidad que requieren determinados sectores productivos.	H5
Construir la estructura de un sistema de costes y de control de gestión empresarial seleccionando el método (más ajustado a la empresa y a su entorno) que posibilite racionalizar el coste y optimizar la rentabilidad empresarial.	H6
Formular modelos de negocio digital.	H7
Evaluar el riesgo financiero de una empresa, a fin de identificar la cobertura financiera más adecuada a sus necesidades.	H8
Competencias (COM)	
Formular la estrategia corporativa de una empresa, así como las estrategias competitivas y funcionales que de ella se deriven, con la mirada puesta en la construcción de ventajas competitivas sostenibles.	P1
Asumir responsabilidades de dirección en cualquiera de las áreas funcionales, departamentos o proyectos de la empresa, desempeñando eficazmente la gestión y el liderazgo.	P2
Entrenar la mirada –la propia y la de la organización– reconociendo las oportunidades con la anticipación justa para diferenciarse con una propuesta de valor necesaria, y que triunfa en la sociedad en el momento indicado.	P3
Desarrollar proyectos de cambio cultural que promuevan la integración y confluencia del conjunto de la organización, con valores compartidos que contribuyan a la consecución de las metas estratégicas y socialmente responsables.	P4
Amalgamar equipos interdisciplinarios de orígenes diversos, impulsando el potencial de las diferencias geográficas y culturales.	P5
Conocer y comprender, desde el propio ámbito de titulación, las desigualdades por razón de sexo y género en la sociedad, integrar las diferentes necesidades y preferencias por razón de sexo y de género en el diseño de soluciones y resolución de problemas.	P6

Relación de conocimientos, habilidades y competencias por materia

CON	HAB	COM	Materia 1: Entorno y mercados globales
C1-C3-C5-C9	H1		Analizar la evolución de las variables económico-financieras nacionales e internacionales y su injerencia en la gestión de un proyecto empresarial, a partir de información obtenida en bases de datos y otras fuentes bibliográficas.
C1-C3-C5-C9	H1		Sintetizar los principales informes sobre el entorno económico realizados por organismos internacionales y bancos centrales.
C1-C2-C3-C5-C9	H1		Interpretar críticamente las actuaciones de las autoridades económicas, con especial atención a la política monetaria y la política fiscal.
C4	H1-H2	P3-P6	Adquirir una visión holística de los aspectos que se interrelacionan en el área funcional de marketing y comercialización, tanto desde la vertiente estratégica como desde la operativa en un entorno internacional.
	H4	P3-P6	Diseñar un plan de marketing, a partir del análisis del entorno competitivo, el profundo conocimiento del público objetivo y la detección de las oportunidades de mercado.
	H2-H4	P3-P6	Aplicar las técnicas y herramientas para desplegar propuestas de valor diferenciadas, tanto para productos existentes como para nuevos lanzamientos.
CON	HAB	COM	Materia 2: Dirección de personas
C2-C4-C6	H5		Enumerar los aspectos estratégicos y operativos que gestiona el área funcional de recursos humanos, desde una perspectiva integral que coloque al capital humano como un factor decisivo para la competitividad y la sostenibilidad de las empresas.
	H1-H5		Distinguir las ventajas de la gestión por competencias frente a los sistemas tradicionales de gestión administrativista del personal.
	H1-H3-H5	P2-P6	Aplicar las técnicas y herramientas esenciales de la gestión de personas: análisis y descripción de puestos de trabajo, selección de personal, análisis del clima laboral, evaluación del desempeño, formación y retribución / compensación.
	H1-H3-H5	P2-P6	Interpretar conjuntos de indicadores, sobre los cuales se sustenta la toma de decisiones estratégicas respecto a la gestión de personas.
C7			Estimar de forma precisa la estructura de costes de personal, conforme a la normativa laboral vigente y las obligaciones de la empresa frente a las administraciones.
	H3-H5	P2-P4-P5-P6	Formular la estrategia integral de la gestión de personas, en la que se incluyan acciones de atracción y desarrollo de talento, construcción de liderazgo, bienestar laboral, impulso de habilidades directivas y demás aristas de la conducción de equipos.
C2-C4	H3-H5	P2-P4-P5-P6	Formular planes de gestión del cambio y de acompañamiento a procesos de transformación organizacional.
CON	HAB	COM	Materia 3: Dirección estratégica
C8-C9	H3	P1-P2-P6	Liderar la estrategia competitiva y corporativa de una empresa, desde el diseño y la planificación hasta la ejecución.
C2-C6-C9	H2	P1-P6	Distinguir las diferentes estrategias de crecimiento de una empresa, incluida la internacionalización.
C6-C8	H2	P1-P3-P6	Formular iniciativas de emprendimiento, de intraemprendimiento y de constitución de nuevas empresas o startups, aplicando diversas metodologías y herramientas de diseño estratégico (Lean Startup, Business Model Canvas, etc.).
C4-C7	H1-H6	P3-P6	Analizar críticamente las cifras de rendimiento del negocio en relación al sector y al mercado, incluyendo la utilización de tecnologías emergentes de gestión de datos masivos (Big Data y Business Analytics).
C2-C4-C8	H3	P2-P3-P4-P5	Desarrollar capacidades organizacionales que impulsen la innovación y preparen al conjunto de la empresa de cara a procesos de transformación.
C8-C9	H1-H2-H3	P6	Identificar las tendencias y tecnologías emergentes que tendrán mayor impacto en el modelo de negocio y que pueden constituir ventajas significativas.
C6-C7-C8	H1-H6	P2-P6	Resolver situaciones de riesgo, incertidumbre y conflicto de intereses, a través de la simulación de casos reales.
CON	HAB	COM	Materia 4: Recursos estratégicos
C4-C6-C7-C8	H1-H3-H6		Diseñar un sistema de indicadores para analizar los resultados de la empresa en las perspectivas financiera, de cliente, de procesos y de aprendizaje, utilizando herramientas de Business Intelligence.
C4-C6-C7-C8	H1-H3-H4-H6	P1-P3-P6	Interpretar los resultados de negocio a los efectos de corregir o redefinir un plan estratégico en su totalidad o en alguna de sus partes.
C7	H1-H8		Reconocer todos los elementos que componen la contabilidad de una empresa, a partir del cual establecer pautas de control financiero y planificación presupuestaria.
C3-C5	H1-H2	P1	Identificar oportunidades de inversión que impulsen la estrategia corporativa y los resultados del negocio.
C7	H8	P4-P5	Formular planes de gestión de fusiones y adquisiciones.
C2		P2	Determinar las prioridades y objetivos en términos de calidad y prevención de riesgos.
	H1-H6		Reestructurar la cadena de suministros a los efectos de optimizar sus componentes incorporando los avances tecnológicos más adecuados.
	H1-H3	P4	Interpretar los beneficios y riesgos que implica para la organización la incorporación de la robótica, la inteligencia artificial y la automatización.
C6	H1-H3	P5	Aplicar diferentes enfoques de gestión de proyectos y metodologías ágiles.
C6	H1-H3	P3	Diseñar modelos de negocio digital a partir de metodologías como Growth Hacking y Design Thinking.

CON	HAB	COM	Materia 5: Dirección de la empresa internacional
C7-	H1-H3-		Describir los principales elementos a considerar en la gestión de sistemas de información, digital business, business intelligence y comercio electrónico.
C7-	H1-H3-	P2-P6	Formular planes de acción basados en CRM.
C4-C5-C9-		P3-P5-P6	Reconocer los fundamentos de los negocios internacionales y las claves de la administración global.
C3-C5-C9-	H1-H2-H3-	P3-P6	Analizar la viabilidad de los proyectos de inversión a nivel internacional a partir del estudio de casos.
C7-C9-	H1-H8-		Estimar las coberturas de tipos de cambios en operaciones de importación / exportación y el impacto de estas operaciones en estructuras corporativas globales.
C8-	H7		Generar oportunidades comerciales emergentes a través del uso de tecnologías de la información.
C8-	H7-	P1-P6	Identificar la estrecha relación entre la estrategia de TI, la estrategia comercial y el proceso de planificación estratégica, a los efectos de alinear sus objetivos.
C8-	H1-H7-	P4-P6	Definir el impacto del proceso de digitalización en las estrategias empresariales actuales.
C7-C9-	H1-H8-		Enumerar los conceptos y las dinámicas de funcionamiento de los mercados de productos financieros derivados, mercados de futuros y opciones, y fondos de cobertura, así como su aplicación en estrategias de inversión.
C7-C9-	H1-H8-		Diseñar planes de disminución del riesgo financiero (máximum retorno y mínimum riesgo).
C7-C9-	H1-H8-		Formular estrategias de hedging.
CON	HAB	COM	Materia 6: Internacionalización de la empresa
C4-C5-C6-C8-C9-	H2-	P1-P3-P4-P5-P6	Reconocer los factores clave que inciden en la internacionalización, la competitividad global y la competencia internacional.
C5-C6-C8-C9-	H2-	P1-P3-P4-P5-P6	Distinguir los desafíos que plantea la elaboración de una estrategia local respecto a una internacional.
C8-C9-	H1-H2-H4-	P1-P2-P3-P5-P6	Formular planes de entrada, penetración y expansión en mercados internacionales.
C8-C9-	H1-H2-H4-	P2-P3-P6	Resolver el desafío de la segmentación y el posicionamiento en procesos de selección de mercados objetivo internacionales.
C8-C9-	H1-		Identificar con precisión los competidores y stakeholders esenciales en el mercado global.
C8-C9-		P4-P5-P6	Describir el funcionamiento de las corporaciones multinacionales y la relación estratégica entre la casa matriz y las filiales.
C4-C8-C9-	H3-	P2-P4-P5-P6	Revisar la estructura organizativa de las corporaciones multinacionales a los efectos de reducir las fricciones propias de la diversidad cultural, a la vez que se explota el potencial que aporta la diversidad de enfoques.
H1-H3-			Identificar los principales desafíos de la gestión de la cadena de suministros internacional.
C8-C8-C9-	H1-H2-	P3-P6	Enumerar las últimas tendencias y fenómenos en el negocio internacional
CON	HAB	COM	Materia 7: Trabajo de Fin de Máster
	H2-		Diferenciar entre ideas y oportunidades de negocio: de la creatividad infinita a modelos de negocio sostenibles.
C1-	H2-		Crear un canvas de modelo de negocio partiendo de la identificación de una necesidad no cubierta o mal cubierta en un colectivo de consumidores o un mercado.
C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C8-C9-	H1-H2-H3-H4-H5-H8-	P1-P2-P3-P6	Formular un plan de negocio a partir de la aplicación de diferentes herramientas de diagnóstico y presentando una agenda de acción viable y consistente que persiga la rentabilidad y sostenibilidad del negocio.
C3-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C8-C9-	H1-H2-H3-H4-H6-H7-H8-	P1-P2-P3-P6	Elaborar de un plan de internacionalización, adaptando el negocio local a las condiciones, las oportunidades y los riesgos del mercado global.
C1-C4-C5-C8-C9-	H1-		Desarrollar un trabajo de investigación sobre alguna de las problemáticas abordadas por el máster, en profundidad, metodológicamente coherente y con un método riguroso, distinguiendo entre investigación exploratoria o descriptiva y entre técnicas cuantitativas y cualitativas.

4.2. Actividades y metodologías docentes

4.2.a) Materias obligatorias y optativas – Actividades formativas

A continuación, indicamos las actividades y metodologías docentes que se utilizan en la impartición de las clases:

- **Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales:**
 - Modalidad Presencial: Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos concretos.
 - Modalidad Semipresencial: A la exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales se añaden los contenidos transmitidos con el servicio de video streaming para la web, webinars y conferencias sobre temas relacionados con las materias de estudio.
- **Exposición de contenidos con participación del estudiante:**
 - Modalidad Presencial: Exposición de contenidos teóricos con preguntas a los estudiantes sobre dichos contenidos para facilitar su reflexión y participación en clase.
 - Modalidad Semipresencial: Por medio del entorno colaborativo se establece la comunicación remota entre estudiantes y profesores, la transferencia de archivos y la utilización de una pizarra virtual para que el profesor sugiera aquellas preguntas que faciliten la reflexión y participación.
- **Resolución de problemas con participación del estudiante:**
 - Modalidad Presencial: Resolución de breves problemas por parte de los alumnos que deben desarrollar para adquirir un conocimiento práctico de los contenidos teóricos fundamentales.
 - Modalidad Semipresencial: Foros de debate en línea que fomentan la discusión y participación de los alumnos acerca de temas propuestos.
- **Exposición oral por parte del estudiante:**
 - Modalidad Presencial: Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.
 - Modalidad Semipresencial: Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.
- **Trabajo práctico individual o en equipo.**
 - Modalidad Presencial: Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.

- Modalidad Semipresencial: En el campus virtual el estudiante dispone de un apartado especial definido como actividad que permite fijar un plazo de entrega establecido por el docente para la recepción de trabajos individuales o grupales.
- **Estudio y preparación de actividades:**
 - Modalidad Presencial: Estudio individual para preparación de exámenes.
 - Modalidad Semipresencial: Estudio individual de la asignatura y preparación de exámenes por parte del estudiante.
- **Planteamiento y resolución de problemas mediante trabajo autónomo:**
 - Modalidad Presencial: Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula.
 - Modalidad Semipresencial: Resolución de problemas para el estudiante en formato de boletín de ejercicios propuestos de manera periódica a través del campus virtual.
- **Método del caso:**
 - Modalidad Presencial: Descripción de una situación real o ficticia, tras la que se plantea un problema sobre el que el alumnado debe consensuar una única solución.
 - Modalidad Semipresencial: Los alumnos, organizados en grupos interactivos, solucionan las diversas cuestiones planteadas sobre un supuesto práctico y su posterior exposición, debate y comentario mediante un foro creado a tal efecto.
- **Actividad guiada:**
 - Modalidad Presencial: Ejercicios, problemas y casos propuestos, incluyendo visionado y análisis de material audiovisual.
 - Modalidad Semipresencial: Ejercicios, problemas y casos propuestos, incluyendo visionado y análisis de material audiovisual se publican en el campus virtual en formato vídeo o podcast a través de los cuales se presenta la unidad, las principales ideas o los conceptos fundamentales y complementados con ejemplos, casos y ejercicios resueltos. Estos materiales pueden ser recursos producidos por el propio docente o recursos ya existentes en la red.

4.2.b) Prácticas académicas externas (obligatorias) – Actividades formativas

No aplica, el plan de estudios no tiene prácticas académicas obligatorias ni optativas.

4.2.c) Trabajo de fin de Máster – Actividades formativas

El TFM consiste, preferentemente, en la elaboración de un plan de negocio o plan de internacionalización, aunque también se puede realizar un proyecto de investigación sobre cualquiera de las materias del plan de estudios, siempre que integre, de forma transversal, todos los conocimientos.

El TFM puede ser realizado en grupos de hasta 3 alumnos, pudiendo los mismos estudiantes configurarla y comunicarla a la dirección del programa como paso previo a la propuesta temática de TFM y este trabajo es tutorizado por un profesor/a doctor/a que les orienta, tal y como se especifica en la normativa del TFM. Cada estudiante/grupo debe hacer una propuesta temática de TFM, en coherencia con lo dispuesto en la Guía Docente, que el director/a del programa después presenta a la Comisión Académica del TFM para ser valorada y aprobada. Una vez validada la propuesta el estudiante puede empezar su proyecto.

El alumnado, debidamente tutorizado por el profesor/a doctor/a que les ha sido asignado, tendrá que trabajar en la planificación del proyecto de TFM hasta la demostración de las hipótesis de trabajo planteadas y desarrollando el plan de trabajo según las indicaciones del tutor que hará el seguimiento mediante el calendario de tutorías fijado desde su inicio.

Actividades formativas vinculadas al TFM:

- **Elaboración de trabajos cooperativos:**

- Modalidad Presencial: Realización y presentación de trabajos en grupo en el que es necesario una coordinación del trabajo y una división de las tareas entre los miembros del equipo.
- Modalidad Semipresencial: Para la realización de trabajos en grupo el estudiante dispone de herramientas colaborativas propias del Campus virtual y externas como Google Apps (Drive, Sites, Hangouts, Calendario, etc.).

- **Tutorías:**

- Modalidad Presencial: Sesiones de resolución de dudas sobre los conceptos teóricos o bien sobre trabajos prácticos. En línea
- Modalidad Semipresencial: En las tutorías los estudiantes pueden contactar por correo electrónico o el campus virtual con el docente para plantearle problemas y dudas sobre los ejercicios, casos a resolver, o bien la clarificación de ideas o conceptos de la asignatura.

El texto de la normativa del TFM se puede consultar en el siguiente enlace:

https://euncetedu.sharepoint.com/sites/Euncet_Public/Documentos%20compartidos/Documents%20P%C3%BAblics/MODIFICACIO_MUADE_2023/2019_7_Normativa_TFM_MU_ESP.pdf

4.2.a) Materias obligatorias y optativas – Metodologías docentes

A continuación, indicamos las actividades y metodologías docentes que se utilizan en la impartición de las clases:

- Método expositivo/lección magistral. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos concretos.
- Clase expositiva/participativa. Exposición de contenidos teóricos con preguntas a los estudiantes sobre dichos contenidos para facilitar su reflexión y participación en clase.
- Trabajo individual o cooperativo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.
- Aprendizaje basado en problemas/proyectos. Realización de trabajos en grupo para desarrollar proyectos de creación de empresa o de investigación en el que es necesario una coordinación del trabajo y una división de las tareas entre los miembros del equipo, así como una presentación final.
- Trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula.
- Aprendizaje basado en casos prácticos. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos que deben desarrollar para adquirir un conocimiento práctico de los contenidos teóricos fundamentales.
- Business Game. Simulación empresarial para la toma de decisiones estratégicas de la empresa.
- Aprendizaje basado en vídeos. Materiales audiovisuales de corta duración, entre 5 y 10 minutos, donde se exponen contenidos concretos de las asignaturas o presentan casos y ejercicios con sus posibles soluciones.
- Foros de debate. Espacio de interacción entre profesores y estudiantes soportada por la plataforma del campus virtual que mejora la capacidad de argumentación y de crítica, así como la capacidad de intercambio de comunicación y síntesis.

4.2.b) Prácticas académicas externas (obligatorias) – Metodologías docentes

No aplica, el plan de estudios no tiene prácticas académicas obligatorias ni optativas.

4.2.c) Trabajo de Fin de Máster – Metodologías docentes

- Trabajo individual o cooperativo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.
- Aprendizaje basado en casos prácticos. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos que deben desarrollar para adquirir un conocimiento práctico de los contenidos teóricos fundamentales.
- Tutorías presenciales. Sesiones de resolución de dudas sobre los conceptos teóricos o bien sobre trabajos prácticos.
- Tutorías a distancia. Sesiones de resolución de dudas sobre los conceptos teóricos o bien sobre trabajos prácticos.

4.3. Sistemas de evaluación

4.3.a) Evaluación de las materias obligatorias y optativas

La evaluación del máster se realiza a nivel de asignatura. Para cada una de las asignaturas del plan de estudios, un 60% de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 40% restante, del examen final presencial. Los estudiantes tienen dos convocatorias de examen final, pero la nota de evaluación continua no se puede reevaluar. Los alumnos se pueden presentar en cualquiera de las dos convocatorias, o bien en ambas si no han sido capaces de superar la primera convocatoria o si quieren superar la nota.

La nota mínima del examen final requerida para promediar con la nota de evaluación continuada para el cálculo de la calificación final de la asignatura es de 4 puntos sobre 10. La asignatura queda aprobada con una nota final igual o superior a 5 de cada 10 puntos.

El examen final de la asignatura contiene la totalidad de los temas tratados en la asignatura y del trabajo realizado durante el cuatrimestre y da respuesta a los objetivos planteados en la asignatura correspondiente.

En cuanto a la evaluación continua, se han definido las siguientes actividades dirigidas:

- Participación activa en el curso.
- Trabajo individual o en grupo.
- Ejercicio escrito.
- Presentación oral.
- Peer Review y autoevaluación.

Cada profesor/a selecciona en su asignatura las actividades dirigidas más convenientes, de las listadas anteriormente, para alcanzar los resultados de aprendizaje previstos por esta asignatura y establece la ponderación que considera más adecuada para reflejar la consecución de los objetivos de aprendizaje.

Como norma general, la evaluación continua de las asignaturas del máster se reparte entre varios test obligatorios de control de aprendizaje que en total suponen un 20% de la evaluación continua y actividades individuales y en grupo, consistentes en la resolución de ejercicios o casos que supongan el 80% restante de la evaluación continua.

4.3.b) Evaluación de las Prácticas académicas externas (obligatorias)

Conforme a lo expresado en el apartado 4.2.b. de la presente memoria, este título no tiene prácticas obligatorias ni optativas.

4.3.c) Evaluación del Trabajo de fin de Máster

La evaluación del TFM se sintetiza en la siguiente tabla:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Ejercicio escrito	30.0	80.0
Presentación oral	20.0	70.0
Peer Review y autoevaluación	0.0	20.0

El TFM está estructurado en 9 sesiones. Las dos primeras están relacionadas a la metodología de la investigación y su aplicación. Durante las siguientes siete sesiones, los tutores realizan tutorías personalizadas centradas en el plan de trabajo establecido y las entregas parciales documentales.

Tras cada tutoría, el tutor/a evalúa a sus tutorados, puntuando la calidad de la entrega de forma colectiva, si se trata de un grupo, y la actitud de cada uno de los miembros del grupo durante la tutoría de forma individual.

Al finalizar el período de tutorías obligatorias, valora en dictamen el desarrollo de las tutorías y el TFM final. Asimismo, el tutor/a examina el cumplimiento de los requisitos y la acreditación de los estándares. Si se cumplen, se emite la autorización para la defensa del TFM.

La comisión de TFM planifica los tribunales de presentación y defensa, tiempos de presentación y de intervención del Tribunal. El tribunal puntúa y emite el acta de calificación final.

4.4. Estructuras curriculares específicas

No aplica.

5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

5.1. Perfil básico del profesorado

5.1.a) Descripción de la plantilla de profesorado del título

El Máster que aquí se presenta cuenta con 16 profesores.

Respecto a la trayectoria investigadora, los principales tramos y/o grupos de investigación corresponden a: Engineering and Computer Science, Psicología organizacional, RRHH, Finanzas, Economía, Comunicación y Administración de Empresas. Se contabiliza una media de más de 8 publicaciones destacadas. El 93,75% del profesorado presenta el título de Doctor/a y el 50% están acreditados por una agencia de calidad. El porcentaje de profesores posee una media de más de 9 de años de experiencia en investigación.

El profesorado cuenta con una media de más de 13 años de experiencia docente y más de 18 años en la trayectoria profesional. Además, el 60% de los docentes ha realizado labores de tutorías a estudiantes en TFM.

El presente Máster cuenta con 7 doctores que no están acreditados. No obstante, son autores de numerosas publicaciones (18), premios, congresos y méritos a tener en cuenta.

5.1.b) Estructura de profesorado

Tabla 5.1. Resumen del profesorado asignado al título

Categoría	Núm.	ECTS (%)	Doctores/as (%)	Acreditados/as (%)	Sexenios	Quinquenios
Permanentes 1	9	47,83%	100% (9/9)	33,33 % (3/9)	-	-
Permanentes 2						
Lectores						
Asociados	7	52,17%	85,71% (6/7)	71,43 % (5/7)		
Otros						
Total	16	100%	93,75% (15/16)	50 % (8/16)	-	-

Permanentes 1: profesorado permanente para el que es necesario ser doctor (CC, CU, CEU, TU, agregado y asimilables en centros privados).

Permanentes 2: profesorado permanente para el que no es necesario ser doctor (TEU, colaboradores y asimilables en centros privados).

Otros: profesorado visitante, becarios, etc.

El profesorado funcionario (CU, TU, CEU y TEU) se considerará acreditado.

5.2. Perfil detallado del profesorado

5.2.a) Detalle del profesorado asignado al título por ámbito de conocimiento

Tabla 5.2. Detalle del profesorado asignado al título por ámbitos de conocimiento.

Área o ámbito de conocimiento 1: Materias obligatorias	
Número de profesores/as	4
Número y % de doctores/as	4 / 100%
Número y % de acreditados/as	1 / 25%
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 3 Asociados: 1
Materias Asignaturas	<p>Entorno y Mercados Globales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contexto socioeconómico actual • Marketing y comercialización en entornos internacionales <p>Dirección de Personas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capital Intelectual y Gestión del Talento • Habilidades Directivas
ECTS impartidos (previstos)	20
ECTS disponibles (potenciales)	30

Área o ámbito de conocimiento 2: Especialidad Dirección Estratégica	
Número de profesores/as	5
Número y % de doctores/as	4 / 80%
Número y % de acreditados/as	2 / 40%
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 2 Asociados: 3
Materias Asignaturas	<p>Dirección Estratégica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección Estratégica y Transformación Digital • Analítica desde la Perspectiva de la Industria y del Cliente <p>Recursos Estratégicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzas para la toma de Decisiones y Control de Gestión • Transformando y Compitiendo desde las Operaciones • Project Management en el Mundo Digital: Aterrizando la Estrategia
ECTS impartidos (previstos)	25
ECTS disponibles (potenciales)	35

Área o ámbito de conocimiento 3: Especialidad Negocios Internacionales / International Business	
Número de profesores/as	5
Número y % de doctores/as	5 / 100%
Número y % de acreditados/as	2 / 40%
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 3 Asociados: 2
Materias Asignaturas	<p>Dirección de la Empresa Internacional / International Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección Financiera / Financial Management • Gestión de las Tecnologías de la Información / Information Technologies Management • Gestión de los Riesgos Financieros Internacionales / International Financial Risk Management <p>Internacionalización de la Empresa / Corporate Internationalization</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección Estratégica Global / Global Strategic Management • Internacionalización de la Empresa / Corporate Internationalization
ECTS impartidos (previstos)	25
ECTS disponibles (potenciales)	40

Área o ámbito de conocimiento 4: Trabajo Fin de Máster (TFM)	
Número de profesores/as	3
Número y % de doctores/as	3 / 100%
Número y % de acreditados/as	3 / 100%
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 1 Asociados: 2
Materias Asignaturas	<p>Trabajo de Fin de Máster</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo de Fin de Máster
ECTS impartidos (previstos)	15
ECTS disponibles (potenciales)	45

Nota: El total de profesores es de 16, pero uno de ellos participa en dos asignaturas.

5.2.b) Méritos docentes del profesorado no acreditado y/o méritos de investigación del profesorado no doctor

El profesorado no acreditado o no doctor cuenta con una amplia experiencia docente en las principales áreas de las materias del máster: economía, mercados, marketing, desarrollo de habilidades directivas, gestión de operaciones, gestión de proyectos, dirección estratégica y financiera de la empresa, internacionalización de empresas, por mencionar las más destacadas.

Todos los profesores disponen de experiencia profesional previa relacionada con los contenidos que se imparten en el máster, esto se valora especialmente, ya que facilita la aplicabilidad de los conocimientos en el ámbito laboral.

Cabe destacar también que todos los profesores poseen experiencia previa en la impartición de docencia semipresencial que han adquirido a través de las herramientas y recursos virtuales que dispone Euncet para esta modalidad de estudio, y que se detallan en el apartado 6.1 de esta memoria.

5.2.c) Perfil del profesorado necesario y no disponible y plan de contratación

Como ya se ha detallado en los apartados anteriores, se dispone de todo el profesorado para la impartición de la docencia del máster. No obstante, Euncet tiene previsto un plan de contratación de profesores para los próximos tres años con el objetivo de cubrir la necesidad de horas docentes de los nuevos estudios universitarios de grados y máster que se están diseñando y que permitirán también, substituir profesorado asociado del presente máster por permanente y aumentar el % de profesores acreditados.

El plan de contratación es el siguiente:

PDI	2023	2024	2025	TOTAL
Doctor acreditado	5	5	5	15
Doctor/a	3	3	3	9
No doctor/a	1	1	1	3
TOTAL	9	9	9	27

5.2.d) Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios

En algunas asignaturas del plan de estudios se invita a ponentes, profesionales o académicos punteros en una determinada área de conocimiento a realizar una clase magistral sobre su especialidad. Finalmente, y también dentro de este ámbito, Euncet realiza periódicamente conferencias en abierto especialmente dirigidas a todos los estudiantes de máster con el objetivo de potenciar el acercamiento de los estudiantes al entorno empresarial.

5.2.d) Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios – Otros recursos humanos

A fin de poder complementar el enfoque de un equipo académico de calidad y brindar la mejor atención a los futuros estudiantes, la Euncet dispone de Personal de Administración y Servicios (PAS) suficiente para ofrecer y cubrir las tareas de gestión y atención.

Euncet cuenta con una plantilla formada por 20 personas, agrupadas según se muestra en la tabla siguiente:

	Categoría	PAS
Dirección	Dirección académica	1
	Dirección Máster	1
	Coordinador del Máster	1
	Responsable de Calidad	1
Administración	Responsable de Administración	1
	Técnicos Administrativos	2
Gestión Académica	Responsable de Gestión Académica	1
	Gestor académico	1
Comercial	Responsable y Asesores Comerciales	3
Servicios generales	Responsable SSGG	1
	Auxiliares SSGG	3
Informática	Responsable y Técnicos de TIC	4
Total		20

Todo el PAS es personal con contrato laboral indefinido y con experiencia contrastada realizando sus actividades profesionales en el ámbito de las titulaciones universitarias que se han impartido en Euncet.

6. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE: MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

6.1. Recursos materiales y servicios

El Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas se impartirá en el Campus de Barcelona (Can Dragó), con un total de 100 plazas (25 presenciales y 75 semipresenciales).

No obstante, todo y la distribución de plazas por modalidades propuesta, se solicita poder modificar su distribución entre las dos modalidades de forma que la suma total del número de plazas ofertadas para las dos modalidades sea de 100 y no obligatoriamente de 25 plazas para la modalidad presencial y 75 para la semipresencial. De esta forma, si en un año académico se imparten las dos modalidades del máster, el número de plazas ofertadas será de 25 P + 75 SP respectivamente, pero si sólo se imparte la modalidad semipresencial, se podrán ofertar el total de las 100 plazas en dicha modalidad. Así mismo, se podrán ofertar las dos modalidades, pero no ofertar el máximo de 25 plazas para la modalidad presencial, en este caso, las plazas no ofertadas se sumarán a la oferta semipresencial hasta el máximo de 100 plazas totales previstas. En cualquier caso, para la modalidad presencial no se superará en ningún caso la oferta de las 25 plazas verificadas.

El Campus de Barcelona está ubicado dentro del CEM de Can Dragó de Barcelona, de más de 1.000 m² destinados principalmente al uso deportivo, de los cuales más de 400 m² están destinados al Centro Universitario Euncet, donde se imparte la docencia, la investigación y la innovación.

Un espacio funcional equipado con recursos y herramientas de tecnología puntera, que incluyen las últimas innovaciones en software y equipamiento deportivo.

Disponemos de aulas diseñadas para el trabajo individual o en equipo y espacios específicos para el desarrollo de la actividad docente y diferentes laboratorios: materiales, física y biomecánica, anatomía y fisiología, robótica y electrónica aplicada.

En este centro se imparten también los estudios de grado:

- Grado en Marketing y Comunicación Digital (30 plazas)
- Grado en Ciencias y Tecnologías Aplicadas al Deporte y al Acondicionamiento Físico (80 plazas)

El siguiente enlace contiene un documento con la descripción de los espacios docentes y servicios del centro, así como una propuesta de horarios que permite comprobar que se dispone de aulas y laboratorios suficientes para impartir la docencia de los dos grados y el máster universitario a la vez (igualmente se incluyen como anexo a este documento):

[CampusEuncetBarcelona_CanDrago](#)

Euncet dispone también de un Campus online y Entorno virtual de aprendizaje, especialmente diseñado para impartir la docencia tanto en la modalidad de formación presencial, como semipresencial y no presencial.

Las principales funcionalidades del campus online se resumen a continuación:

- Red Social Privada
- Espacio para el estudiantado, donde pueden consultar su progreso, ver las notas, entregar las tareas, etc.
- Espacio para el profesorado, donde planifican las actividades formativas, califican las entregas, realizan tutorías online, etc.
- Módulo de comunicación, que permite poner en contacto profesores con estudiantes y con el personal de administración y servicios.
- Aulas, espacio online que ayuda a los profesores y permite seguir el progreso de los estudiantes de forma eficiente.
- Módulo de contenidos que permite crear los contenidos necesarios para la formación. Programa entrega, crea encuestas, añade lecciones,... de forma rápida y sencilla.
- Módulo de videoconferencias, que permite conectar con los estudiantes a través de los principales sistemas de videoconferencias actuales.
- Módulo de bolsa de trabajo, crea ofertas de trabajo o prácticas y permite que las empresas gestionen a los candidatos.
- Grupos, permite crear grupos extracurriculares para profesores y estudiantes más allá de las formaciones.

En el siguiente enlace se pueden consultar en detalle las funcionalidades de la plataforma de gestión educativa que se implantó en la Euncet el curso 2021-22:

<https://www.classlife.education/campus-online/>

El enlace para acceder a la plataforma es el siguiente:

<https://euncet.classlife.education/>

La información específica de los recursos y servicios de la UPC, a la cual los alumnos d'Euncet, como estudiantes de la UPC, también tienen acceso, está detallada en el siguiente enlace:

<https://www.upc.edu/sga/es/verifica/Recursos>

6.2 Procedimiento para la gestión de las prácticas académicas externas

No procede.

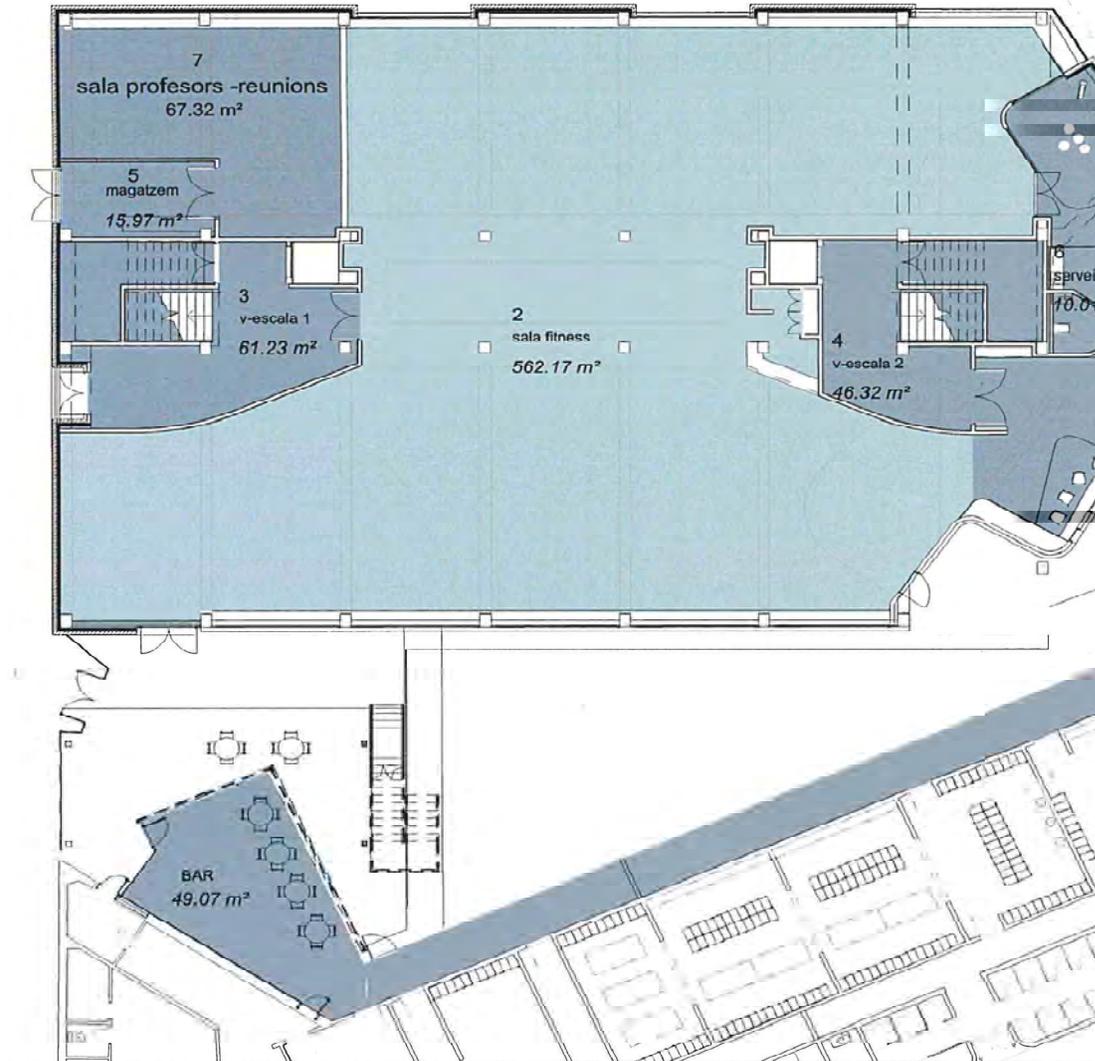
6.3. Previsión de dotación de recursos materiales y servicios

De acuerdo a lo descrito e indicado en el punto 6.1, el espacio actual del Campus Euncet Barcelona (Can Dragó) es suficiente y cuenta con la totalidad de recursos materiales y servicios para impartir la docencia planificada para el número de estudiantes previstos.

Anexos:

- Planos
- Relación de espacios
- Horarios 1rQ
- Horarios 2nQ

PLANTA 0



I-SUPERFICIES
00

FRANCISCO JAVIER LOPEZ DEL CASTILLO / num:23460-5

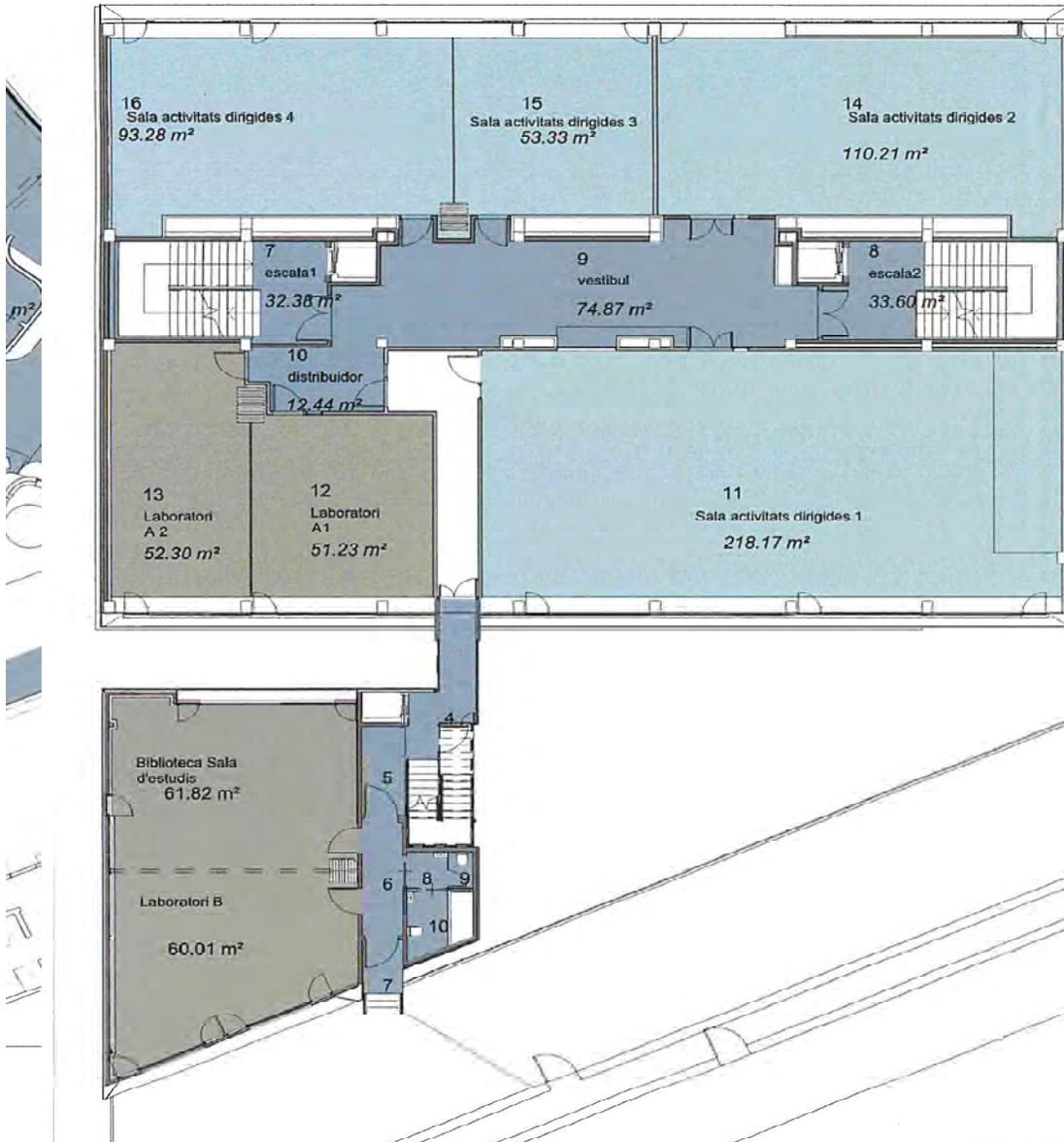
Firmado digitalmente por FRANCISCO JAVIER LOPEZ DEL CASTILLO / num:23460-5 Fecha: 2021.07.27 21:22:58 +02'00'

PROJECTE BASIC I EXECUTIU 2019/OCTUBRE
FASE II D'AMPLIACIÓ I MILLORA DEL CENTRE ESPORTIU MUNICIPAL CAN DRAGÓ.
C/ ROSELLÓ I PORCEL 7, BARCELONA



AF
F
CC

PLANTA 1



1 1P1-SUPERFICIES
SU-02 1: 200

FRANCISCO JAVIER
LOPEZ DEL
CASTILLO /
num:23460-5

Firmado digitalmente por:
FRANCISCO JAVIER LOPEZ
DEL CASTILLO / num:23460-5
Fecha: 2021.07.28 09:46:34
+02'00'

RQUI
CO.
DL-LE

PROYECTO BASICO I EXECUTIU 2019/OCTUBRE
FASE II D'AMPLIACIÓ I MILLORA DEL CENTRE
ESPORTIU MUNICIPAL CAN DRAGÓ.
C/ ROSELLÓ I PORCEL 7, BARCELONA



—
33
—
IO
S
SP
BARCELONA

PLANTA 2



2P2-SUPERFICIES
1 - 200

FRANCISCO JAVIER
LOPEZ DEL CASTILLO /
num:23460-S

Firmado digitalmente por
FRANCISCO JAVIER LOPEZ
DEL CASTILLO / num:23460-S
Fecha: 2021.07.27 21:37:16
+0200'

PROYECTO BÁSICO I EXECUTIU 2019/OCTUBRE
PROJECTE D'AMPLIACIÓ I MILLORA DEL CENTRE
D'INSTRUMENTS DE LABORATORI MUNICIPAL CAN DRAGÓ.
C/DRAGÓ I PORCEL 7 BARCELONA



ARQUITECTE
FCO,
COL·LEGE

RELACIÓN DE ESPACIOS POR EDIFICIOS

Localización	Identificación	Mobiliario	Equipamiento	Superficie útil m ²	Oc. Màx.	Módulo normativo aplicado m ² /estudiante
Edificio Nuevo Planta 0	Sala profesores - reuniones	6 Mesas rectangulares (180x80) 1 Mesa reuniones redonda (ø 120) 10 Sillas 4 Armarios (180x45)	Conexión WIFI Enchufes 220v Impresora multifunción Pizarra blanca para rotuladores	67,32	45	1,5
Edificio Nuevo Planta 1	Laboratorio A-1 AULA INFORMATICA	8 Mesas modulares (180x60) 5 Mesas modulares pequeñas (120x60) 21 Sillas	Conexión WIFI Enchufes 220v RAK Pantalla con HDMI (techo) Pizarra blanca para rotuladores 21 PC (torre, monitor, teclado y mouse)	51,23	34	1,5
Edificio Nuevo Planta 1	Laboratorio A-2 AULA INFORMATICA	10 Mesas modulares (180x60) 1 Mesa modulares pequeña (120x60) 21 Sillas	Conexión WIFI Enchufes 220v RAK Pantalla con HDMI (techo) Pizarra blanca para rotuladores 21 PC (torre, monitor, teclado y mouse)	52,30	35	1,5
Edificio Nuevo Planta 1	Biblioteca - Sala de estudios	15 Mesas rectangulares (140 x 60) 30 Sillas 6 Armarios abiertos (104x45)	Conexión WIFI Enchufes 220v	61,82	41	1,5
Edificio Nuevo Planta 1	Laboratorio B MATERIALES, FISICA Y BIOMECANICA	Taula laboratorio (500x70) 12 Taburetes de laboratorio 3 Armarios abiertos (104x45)	Conexión WIFI Enchufes 220v 4 Pcs Material de física i biomecànica Pizarra blanca para rotuladores	60,01	12	5
Edificio Nuevo Planta 2	Aula 1	20 Mesas rectangulares (140x50) Mesa profesorado (120x60) 41 Sillas 2 Armarios abiertos (104x45)	Conexión WIFI Enchufes 220v Proyector (pared) Pizarra blanca para rotuladores	61,70	41	1,5
Edificio Nuevo Planta 2	Aula 2	20 Mesas rectangulares (140x50) Mesa profesorado (120x60) 41 Sillas 2 Armarios abiertos (104x45)	Conexión WIFI Enchufes 220v Proyector (pared) Pizarra blanca para rotuladores	63,01	42	1,5
Edificio Nuevo Planta 2	Aula 3	20 Mesas rectangulares (140x50) Mesa profesorado (120x60) 41 Sillas 2 Armarios abiertos (104x45)	Conexión WIFI Enchufes 220v Proyector (pared) Pizarra blanca para rotuladores	63,75	43	1,5
Edificio Nuevo Planta 2	Aula 4	20 Mesas rectangulares (140x50) Mesa profesorado (120x60) 41 Sillas 2 Armarios abiertos (104x45)	Conexión WIFI Enchufes 220v Proyector (pared) Pizarra blanca para rotuladores	62,26	42	1,5
Edificio Nuevo Planta 2	Aula 5	20 Mesas rectangulares (140x50) Mesa profesorado (120x60) 41 Sillas 2 Armarios abiertos (104x45)	Conexión WIFI Enchufes 220v Proyector (pared) Pizarra blanca para rotuladores	62,46	42	1,5
Edificio Nuevo Planta 2	Aula 6	20 Mesas rectangulares (140x50) Mesa profesorado (120x60) 41 Sillas 2 Armarios abiertos (104x45)	Conexión WIFI Enchufes 220v Proyector (pared) Pizarra blanca para rotuladores	63,80	43	1,5
Edificio Nuevo Planta 2	Aula 7	20 Mesas rectangulares (140x50) Mesa profesorado (120x60) 41 Sillas 2 Armarios abiertos (104x45)	Conexión WIFI Enchufes 220v Proyector (pared) Pizarra blanca para rotuladores	63,80	43	1,5
Edificio Nuevo Planta 2	Aula 8	20 Mesas rectangulares (140x50) Mesa profesorado (120x60) 41 Sillas 2 Armarios abiertos (104x45)	Conexión WIFI Enchufes 220v Proyector (pared) Pizarra blanca para rotuladores	62,46	42	1,5
Edificio Nuevo Planta 2	Laboratorio C - ANATOMIA Y FISILOGIA	Taula laboratorio (500x70) 12 Taburetes de laboratorio 3 Armarios abiertos (104x45)	Conexión WIFI Enchufes 220v Material d'anatomia i fisiologia Pizarra blanca para rotuladores	62,23	12	5
Edificio Nuevo Planta 2	Laboratorio D - ROBOTICA I ELECTRONICA APLICADA	Taula laboratorio (500x70) 12 Taburetes de laboratorio 3 Armarios abiertos (104x45)	Conexión WIFI Enchufes 220v 4 Pcs Material de robòtica i electrònica Pizarra blanca para rotuladores	63,86	13	5

DOCUMENTO ACTIVIDADES DOCENTES EN LOS ESPACIOS - PRIMER SEMESTRE 2023-24

De Septiembre a Febrero

Grado en Ciencias y Tecnologías Aplicadas al Deporte y al Acondicionamiento Físico (CTEF) (80 PLAZAS, 2 GRUPOS DE 40)
 Grado en Marketing y Comunicación Digital (30 PLAZAS, 1 ÚNICO GRUPO) **MUADE** Máster Universitario en ADE (100 PLAZAS, 4 GRUPOS DE 25)

OCUPACIÓN adaptada a la oferta de plazas	Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Materiales Física Biomecánica Lab. B	Anatomía y Fisiología Lab. C	Robótica I Electrónica aplicada Lab. D	Aula Informática Lab A-1	Aula Informática Lab A-2
	40	40	40	40	40	40	40	40	12	12	12	20	20

Lunes														
AULAS i LABORATORIOS	Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Materiales Física Biomecánica Lab. B	Anatomía y Fisiología Lab. C	Robótica I Electrónica aplicada Lab. D	Aula Informática Lab A-1	Aula Informática Lab A-2	ESPACIOS OCUPADOS
9.00-13:00	1r curso FÍSICA I G1	1r curso FÍSICA I G2	2ºn curso SOCIOLOGIA G1	2º curso SOCIOLOGIA G2	3r curso TAAE - DEPORTES COLECTIVOS G1	3r curso TAAE - DEPORTES COLECTIVOS G2	4º curso I+D+i AL DEPORTE G1	4º curso I+D+i AL DEPORTE G2						62%
15:00-19:00	1r curso FUNDAMENTOS MARKETING G1	2º curso ANALISIS ENTORNO ECONOMICO G1	3r curso DERECHO DIGITAL G1	4º curso ANALISIS AUDIENCIAS Y METRICAS DIGITALES G1							1r curs LAB. FÍSICA I			38%
										8 GRUPOS DE 10 ESTUDIANTES 2 PRACTICAS POR GRUP Y POR SEMESTRE				

Martes														
AULAS i LABORATORIOS	Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Materiales Física Biomecánica Lab. B	Anatomía y Fisiología Lab. C	Robótica I Electrónica aplicada Lab. D	Aula Informática Lab A-1	Aula Informática Lab A-2	ESPACIOS OCUPADOS
9.00-13:00			2ºn curso INDUSTRIA I MERCADOS DEPORTE G1	2º curso INDUSTRIA I MERCADOS DEPORTE G2	3r curso INDUSTRIA TURISMO Y OCIO G1	3r curso INDUSTRIA TURISMO Y OCIO G2	4º curso MARKETING APLICADO AL DEPORTE G1	4º curso MARKETING APLICADO AL DEPORTE G2				1r curso INFORMATICA G1	1r curso INFORMATICA G2	62%
15:00-19:00	1r curso FUNDAMENTOS MATEMATICAS G1	2º curso ESTADISTICA Y VISUALIZACION DATOS G1	3r curso ESTRATEGIAS COMUNICACION G1	4º curso GESTION COMUNIDADES DIGITALES G1	1r curso MUADE G1	1r curso MUADE G2	1r curso MUADE G3	1r curso MUADE G4				1r curso INFORMATICA G1	1r curso INFORMATICA G2	77%

Miércoles														
AULAS i LABORATORIOS	Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Materiales Física Biomecánica Lab. B	Anatomía y Fisiología Lab. C	Robótica I Electrónica aplicada Lab. D	Aula Informática Lab A-1	Aula Informática Lab A-2	ESPACIOS OCUPADOS
9.00-13:00	1r curso ANATOMIA G1	1r curso ANATOMIA G2	2ºn curso TAAE - DEPORTES INDIVIDUALES G1	2º curso TAAE - DEPORTES INDIVIDUALES G2	3r curso LIBERATGE EMPREDEDURIA Y CREACION EMPRESAS G1	3r curso LIBERATGE EMPREDEDURIA Y CREACION EMPRESAS G2	4º curso GESTION CENTROS FITNESS G1	4º curso GESTION CENTROS FITNESS G1						62%
15:00-19:00	1r curso GESTION EMPRESARIAL G1	2º curso FUNDAMENTOS ESTADISTICA G1	3r curso INVESTIGACION MERCADOS G1	4º curso GESTION DE PROYECTOS G1	1r curso MUADE G1	1r curso MUADE G2	1r curso MUADE G3	1r curso MUADE G4			1r curso LAB. ANATOMIA		2º curso LAB. FUNDAMENTOS ESTADISTICA	77%
										8 GRUPOS DE 10 ESTUDIANTES 2 PRACTICAS POR GRUPO Y POR SEMESTRE				
										3 GRUPOS DE 10 ESTUDIANTES 4 PRACTICAS POR GRUPO Y PPR SEMESTRE				

Jueves														
AULAS i LABORATORIOS	Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Materiales Física Biomecánica Lab. B	Anatomía y Fisiología Lab. C	Robótica I Electrónica aplicada Lab. D	Aula Informática Lab A-1	Aula Informática Lab A-2	ESPACIOS OCUPADOS
9.00-13:00			2ºn curso COMUNICACION G1	2º curso COMUNICACION G2	3r curso DISEÑO PRODUCTOS SERVICIOS DEPORTIVOS G1	3r curso DISEÑO PRODUCTOS SERVICIOS DEPORTIVOS G2	4º curso TECNOLOGIAS IMPRESION 3D G1	4º curso TECNOLOGIAS IMPRESION 3D G2				1r curso DISEÑO GRAFICO G1	1r curso DISEÑO GRAFICO G2	62%
15:00-19:00	1r curso HABILIDADES PROFESIONALES G1	2º curso MARKETING DIGITAL G1	3r curso MARKETING EN RECERCADORS G1	4º curso LOGÍSTICA I OPERACIONES G1	1r curso MUADE G1	1r curso MUADE G2	1r curso MUADE G3	1r curso MUADE G4				1r curso DISEÑO GRAFICO G3	1r curso DISEÑO GRAFICO G4	77%

Viernes														
AULAS i LABORATORIOS	Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Materiales Física Biomecánica Lab. B	Anatomía y Fisiología Lab. C	Robótica I Electrónica aplicada Lab. D	Aula Informática Lab A-1	Aula Informática Lab A-2	ESPACIOS OCUPADOS
9.00-13:00	1r curso MATEMATICAS G1	1r curso MATEMATICAS G2	2ºn curso EMPRESA G1	2º curso EMPRESA G2	3r curso RECURSOS FINANCIEROS G1	3r curso RECURSOS FINANCIEROS G2	4º curso ORGANIZACION EVENTOS DEPORTIVOS G1	4º curso ORGANIZACION EVENTOS DEPORTIVOS G2						62%
15:00-19:00	1r curso TIC G1	2º curso MARKETING ESTRATEGICO G1		4º curso MARKETING DIRECTO G1								3r curso MULTIMEDIA Y DISEÑO GRAFICO G1	3r curso MULTIMEDIA Y DISEÑO GRAFICO G1	38%

DOCUMENTO ACTIVIDADES DOCENTES EN LOS ESPACIOS - PRIMER SEMESTRE 2023-24

De Marzo a Julio

Grado en Ciencias y Tecnologías Aplicadas al Deporte y al Acondicionamiento Físico (CTEF) (80 PLAZAS, 2 GRUPOS DE 40)	MUADE	Máster Universitario en ADE (100 PLAZAS, 4 GRUPOS DE 25)
Grado en Marketing y Comunicación Digital (30 PLAZAS, 1 ÚNICO GRUPO)		

OCUPACIÓN adaptada a la oferta de plazas	Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Materiales Física Biomecánica Lab. B	Anatomía y Fisiología Lab. C	Robótica i Electrónica aplicada Lab. D	Aula Informática Lab A-1	Aula Informática Lab A-2
	40	40	40	40	40	40	40	40	12	12	12	20	20

Lunes													
AULAS i LABORATORIOS	Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Materiales Física Biomecánica Lab. B	Anatomía y Fisiología Lab. C	Robótica i Electrónica aplicada Lab. D	Aula Informática Lab A-1	Aula Informática Lab A-2
9.00-13:00	1r curso FÍSICA II G1	1r curso FÍSICA II G2	2º curso DGI-SALAS Y PABELLONES G1	2º curso DGI-SALAS Y PABELLONES G2	3r curso INFORMÁTICA APLICADA DEPORTE G1	3r curso INFORMÁTICA APLICADA DEPORTE G2			8 GRUPOS DE 10 ESTUDIANTES 2 PRACTICAS POR GRUPO Y POR SEMESTRE				4º curso DATA SCIENCE: PROGRAMACIÓN Y ANALISIS DATOS G1
15:00-19:00	1r curso INGLES G1	2º curso COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR G1	3r curso EXPERIENCIA USUARIO G1					LAB. FÍSICA II		3r curs LAB. INFORMÁTICA APLICADA DEPORTE		3r curs LAB. INFORMÁTICA APLICADA DEPORTE	3r curs LAB. DGI-SALAS Y PABELLONES

Martes													
AULAS i LABORATORIOS	Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Materiales Física Biomecánica Lab. B	Anatomía y Fisiología Lab. C	Robótica i Electrónica aplicada Lab. D	Aula Informática Lab A-1	Aula Informática Lab A-2
9.00-13:00	1r curso TECNOLOGÍA APLICADA AL FITNESS G1	1r curso TECNOLOGÍA APLICADA AL FITNESS G2	2º curso INTRODUCCIÓN A LOS MATERIALES G1	2º curso INTRODUCCIÓN A LOS MATERIALES G2	3r curso INTRODUCCIÓN A LA INGENIERIA DEL PRODUCTO G1	3r curso INTRODUCCIÓN A LA INGENIERIA DEL PRODUCTO G2			8 GRUPOS DE 10 ESTUDIANTES 2 PRACTICAS POR GRUPO Y POR SEMESTRE				
15:00-19:00	1r curso INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD G1	3r curso FINANXAS PARA MARKETING G1		1r curso MUADE G1		1r curso MUADE G2	1r curso MUADE G3	1r curso MUADE G4	2º curso LAB. INTRODUCCIÓN A LOS MATERIALES	2º curso INTRODUCCIÓN A LA INGENIERIA DEL PRODUCTO		2º curso ESTADÍSTICA Y ANALISIS DE DATOS G1	2º curso ESTADÍSTICA Y ANALISIS DE DATOS G2

Miércoles													
AULAS i LABORATORIOS	Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Materiales Física Biomecánica Lab. B	Anatomía y Fisiología Lab. C	Robótica i Electrónica aplicada Lab. D	Aula Informática Lab A-1	Aula Informática Lab A-2
9.00-13:00	1r curso ESTADÍSTICA G1	1r curso ESTADÍSTICA G2	2º curso DGIH- PISCINAS Y ZONAS DE AGUA G1	2º curso DGIH- PISCINAS Y ZONAS DE AGUA G2	3r curso RECURSOS TECNOLÓGICOS G1	3r curso RECURSOS TECNOLÓGICOS G2			8 GRUPOS DE 10 ESTUDIANTES 2 PRACTICAS POR GRUPO Y POR SEMESTRE				
15:00-19:00	1r curso INTRODUCCIÓN A L'ECONOMIA	2º curso FONAMENTS RELATIONS PÚBLIQUES	3r curso INTELIGENCIA A MARKETING I CRM	1r curso MUADE G1		1r curso MUADE G2	1r curso MUADE G3	1r curso MUADE G4	3r curso RECURSOS TECNOLÓGICOS		2º curso LAB DGIH- PISCINAS Y ZONAS DE AGUA		

Jueves													
AULAS i LABORATORIOS	Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Materiales Física Biomecánica Lab. B	Anatomía y Fisiología Lab. C	Robótica i Electrónica aplicada Lab. D	Aula Informática Lab A-1	Aula Informática Lab A-2
9.00-13:00	1r curso DERECHO G1	1r curso DERECHO G2	2º curso DGIH- CAMPOS GRANDES Y ESTADIOS G1	2º curso DGIH- CAMPOS GRANDES Y ESTADIOS G2	3r curso RECURSOS HUMANOS G1	3r curso RECURSOS HUMANOS G2			8 GRUPOS DE 10 ESTUDIANTES 2 PRACTICAS POR GRUPO Y POR SEMESTRE				
15:00-19:00	1r curso MATEMATICAS APLICADAS A LA GESTIÓN G1	2º curso INTRODUCCIÓN AL DERECHO G1	3r curso MARKETING DE CONTENIDOS G1	1r curso MUADE G1		1r curso MUADE G2	1r curso MUADE G3	1r curso MUADE G4	2º curso LAB. DGIH- CAMPOS GRANDES Y ESTADIOS				

Viernes													
AULAS i LABORATORIOS	Aula 1	Aula 2	Aula 3	Aula 4	Aula 5	Aula 6	Aula 7	Aula 8	Materiales Física Biomecánica Lab. B	Anatomía y Fisiología Lab. C	Robótica i Electrónica aplicada Lab. D	Aula Informática Lab A-1	Aula Informática Lab A-2
9.00-13:00	1r curso FISIOLOGIA	1r curso FISIOLOGIA	2º curso INDUSTRIA DEL FITNESS	2º curso INDUSTRIA DEL FITNESS	3r curso COMERCIALIZACIÓN PRODUCTOS Y SERVICIOS	3r curso COMERCIALIZACIÓN PRODUCTOS Y SERVICIOS			8 GRUPOS DE 10 ESTUDIANTES 2 PRACTICAS POR GRUPO Y POR SEMESTRE				
15:00-19:00	1r curs SOCIOLOGÍA G1	3r curs PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS DIGITALES G1		1r curs LAB. FISIOLOGIA		2n curs TECNOLOGIA WEB Y BD G1		2n curs TECNOLOGIA WEB Y BD G2					

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1. Cronograma de implantación del título

La titulación de Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas por la Universitat Politècnica de Catalunya se imparte desde el curso académico 2015/2016, según el siguiente cronograma de implantación:

Curso académico	1r cuatrimestre	2n cuatrimestre
2015-2016	X	X

El Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas sustituyó, tal y como se ha indicado en el apartado 3.2 de esta memoria, al antiguo Máster en Administración y Dirección de Empresas - MBA (título propio) impartido por EUNCET, que ha quedado extinguido en su totalidad.

Por tanto, en el curso 2015-2016, coincidiendo con la puesta en marcha del nuevo máster, se extinguió la docencia del antiguo máster y no se aceptan nuevos alumnos.

En el caso de los estudiantes que deseen acceder del antiguo Máster al actual y cumplan con los requisitos de acceso establecidos en esta memoria, se aplicará el cuadro de reconocimientos incluido en el apartado 3.2.

Implantación de la modificación propuesta (modificación 2022)

La propuesta de modificación incluida en esta memoria en marzo de 2022 es de aplicación desde el curso académico 2022-2023.

Implantación de la modificación propuesta (modificación 2023)

La propuesta de modificación incluida en esta memoria será de aplicación a partir del curso académico 2023-2024.

7.2 Procedimiento de adaptación

No procede, ya que se trata de una titulación universitaria oficial de nueva implantación.

7.3 Enseñanzas que se extinguen

4315586-08070350 - Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Catalunya - Centro Universitario EAE

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

8.1. Sistema Interno de Garantía de la Calidad

<https://www.euncet.com/es/calidad/garantia-interna/>

8.2. Medios para la información pública

En el sitio web de la Euncet: <https://www.euncet.com/es/masteres/administracion-y-direccion-de-empresas/> se accede a la información correspondiente a este máster. Al igual que el resto de másteres oficiales, dentro de la página del programa se encuentra toda la información académica necesaria y actualizada, organizada por:

- Información básica (titulación, horario, modalidad, lugar de impartición, fecha de inicio, duración o idioma).
- Objetivos
- Salidas profesionales
- Convalidaciones
- Guías docentes
- Calendario y horarios
- Plan de estudios (distribución de créditos y descarga del plan)
- Trabajo Fin de Máster
- Profesorado
- Acceso y admisión
- Matrícula
- Precios y Becas
- Plan de acción tutorial
- Calendario y Normativas

A nivel institucional, la información sobre el procedimiento de acceso, admisión y matrícula y sobre los servicios y oportunidades que ofrece la universidad, se pueden consultar en los siguientes enlaces:

<https://www.upc.edu/es/masteres/acceso-y-admision/acceso-y-admision>

<https://www.upc.edu/es/servicios-universitarios/guia-de-acogida-en-la-upc-para-el-estudiante>

<https://www.upc.edu/es/servicios-universitarios>

y del material que se entrega a cada estudiante en soporte papel y digital junto con la carpeta institucional.

Para los estudiantes provenientes de otros países, es a través del portal <https://www.upc.edu/sri/es> que se ofrece buena parte de la orientación y ayuda (en inglés, español y catalán) a dichos estudiantes sobre diferentes aspectos que afectan su vida en la ciudad.