

DISEÑO E INNOVACIÓN DE NEGOCIOS DIGITALES / BACHELOR IN DIGITAL BUSINESS DESIGN AND INNOVATION

UNIVERSIDAD RAMON LLULL

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	Graduado o Graduada en Diseño e Innovación de Negocios Digitales / Bachelor in Digital Business Design and Innovation
1.2. Ámbito de conocimiento	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
1.3. Menciones y especialidades	No aplica
1.4.a) Universidad responsable	Universidad Ramon Llull
1.4.b) Universidades participantes	No aplica
1.4.c) Convenio títulos conjuntos	No aplica
1.5.a) Centro de impartición responsable	La Salle International School of Commerce and Digital Economy/Facultat Internacional de Comerç i Economia Digital La Salle/Facultad Internacional de Comercio y Economía Digital La Salle - 08044855
1.5.b) Centros de impartición	No aplica
1.6. Modalidad de enseñanza	Presencial Semipresencial o híbrida
1.7. Número total de créditos	240
1.8. Idiomas de impartición	Inglés
1.9.a) Número total de plazas²	90 plazas 1er año de implantación: 90 2do año de implantación: 90 3er año de implantación: 90 4to año de implantación: 90
1.9.b) Oferta de plazas por modalidad	Presencial: 50 Semipresencial o híbrida: 40

² Autorizadas por la comunidad autónoma y la conferencia general de política universitaria.

1.10. Justificación del interés del título

Esta titulación es la reverificación del título de 180 ECTS, con código RUCT 2503566, Graduado o Graduada en Diseño e Innovación de Negocios Digitales / Digital Business Design and Innovation por la Universidad Ramón Llull. El Grado, a pesar de su ampliación a 240 ECTS, se sigue diferenciando de otros programas de formación empresarial que se enfocan a la gestión de negocios consolidados o estructuras organizativas y de negocio más estables. El Grado, contra los programas tipo administración y dirección de empresas, se enfoca en diseñar e innovar, para experimentar, en nuevas oportunidades basadas en las prestaciones de las tecnologías de la información. Con ello, se aleja de la gestión empresarial basada en estructuras organizativas consolidadas donde existe una estrategia empresarial clara y definida y donde raramente se permiten experimentaciones aventuradas.

Con la ampliación a 240 ECTS, el Grado aumenta el abanico competencial de los alumnos en tres dimensiones que son relevantemente diferentes respecto al Grado de 180 ECTS:

La visión internacional de los negocios a desarrollar, la implicación con el mundo económico y social en el contexto internacional y el empalme con las nuevas fuentes de generación de riqueza mediante la tecnología digital y la incorporación, en los proyectos empresariales base del aprendizaje, de los objetivos y retos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas (ODS), incluidos en la Agenda 2030.

El siguiente es un resumen de los cambios:

	180 ECTS	240 ECTS
Formación básica	48	60
Formación obligatoria	75	85
Optativas	30	20
Prácticas externas	12	60
Trabajo Final de Grado	15	15
TOTAL	180	240

Un aspecto central de la propuesta de valor de esta titulación es fomentar el emprendimiento y creación de negocios innovadores de carácter 'Startup', destacado conjuntamente con 'Lean Entrepreneurship' como tendencias claves en el Libro Blanco Para el Diseño de la Titulaciones Universitarias en el Marco de la Economía Digital (2017, <https://www.mincotur.gob.es/en-us/GabinetePrensa/NotasPrensa/2017/Paginas/convenio-google20170921.aspx>). La metodología Lean Startup será una de las metodologías fundamentales que contribuirán a los métodos docentes en el programa.

El emprendimiento es una de las competencias básicas (Comisión Europea, 2004) para lograr que la Unión Europea sea "la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social" (Consejo Europeo, 2000).

Durante el tercer semestre de 2010, 1.566.500 jóvenes estaban en paro, lo que representa un 34% del total de la población parada en España (INJUVE, 2010b). Además, los resultados de la Encuesta de Población Activa (INJUVE, 2010b) indican que la mayoría de los jóvenes que encontraron empleo (94,8%) trabajaba por cuenta ajena, mientras que un 5,2% lo hacía por

cuenta propia. Estos datos muestran que los jóvenes corren un riesgo elevado en tiempos de crisis económica.

La visión de la Facultad Internacional de Comercio y Economía Digital La Salle (FICEDLS) es de “progresar hacia la excelencia en proveer conocimiento para la gestión de empresas, el emprendimiento y la innovación tecnológica, dentro de un campus internacional, de garantía y referencia para nuestros grupos de interés, reconocido por formar personas que suman”. Entonces, es evidente que el Grado en Diseño e Innovación de Negocios Digitales es un grado emblemático de FICEDLS por su enfoque en el emprendimiento y la innovación tecnológica, su carácter internacional, y su metodología experiencial.

El Grado ha sido creado codo a codo con el Parque de Innovación Tecnológica y Empresarial La Salle (Technova Barcelona) que lleva más de 20 años proporcionando servicios de incubación y de desarrollo emprendedor a Start Ups de base tecnológica que estén dispuestas a desarrollar nuevas propuestas de valor siguiendo las fases propias de la evolución de las Start Ups de la mano de un ecosistema innovador en conexión con el entorno de las Start Ups tecnológicas y con otros esfuerzos de innovación tecnológica que puedan ser relevantes. A través del Parque de Innovación, La Salle se convierte en un punto de encuentro entre empresa y universidad que permite conocer las necesidades empresariales y potenciar y adaptar la investigación, transferencia de tecnología, el desarrollo y la creación de empresas a estas necesidades. El resultado es una revisión y adecuación de nuestros estudios a las demandas del sector y la presentación del Grado en Diseño e Innovación de Negocios Digitales, que cubre las necesidades reales del mercado laboral.

En el 2016 La Salle-URL consiguió el apoyo de la Generalitat de Catalunya a través de su programa FEDER para crear unas infraestructuras y servicios pioneros para fomentar la investigación, formación y transferencia de tecnología y conocimiento en el ámbito del Internet of Things. Con este motivo se construyeron laboratorios y espacios educativos de primer nivel como parte de un proyecto multidisciplinar en el campus, que se llama IOTICAT (Internet of Things Cataluña).

Por otra parte, de acuerdo con lo establecido en el apartado 3 del artículo 26 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, el informe favorable sobre la necesidad y viabilidad académica y social de la implantación de este título universitario ya ha sido remitido a la Secretaria General de Universidades, a través del certificado correspondiente, por parte de la Dirección General de Universidades de la Generalitat de Catalunya. Se adjunta en el apartado 4.1 del aplicativo del Ministerio, el informe sobre los proyectos de estudios autorizados para ser incluidos en la programación universitaria de Cataluña, para el curso 23-24, y para iniciar los procesos de verificación correspondientes.

1.11. Objetivos formativos

1.11.a) Principales objetivos formativos del título

OP1: El Grado en Diseño e Innovación de Negocios Digitales proporciona al alumnado herramientas que le permitirán ejercer la profesión teniendo en cuenta aspectos humanos, económicos, sociales, legales y éticos, incluida la igualdad de género y las personas con discapacidad.

OP2: El alumnado trabajará, gestionará y dirigirá equipos multidisciplinares, multiculturales y colaborativos, utilizando las habilidades comunicativas necesarias que le permitan transmitir soluciones de forma eficaz en el ámbito de negocios digitales.

OP3: El Grado en Diseño e Innovación de Negocios Digitales procura al alumnado el entorno adecuado para que pueda proponer soluciones diseñadas para satisfacer necesidades específicas de la sociedad mediante los conocimientos, habilidades y técnicas adecuadas del ámbito de negocios digitales.

OP4: El alumnado realizará investigaciones, experimentaciones, análisis e interpretación de datos, así como también aplicará conocimientos del ámbito de negocios digitales para la extracción de conclusiones y resolución de problemas complejos relacionados con los negocios digitales.

OP5: El Grado en Diseño e Innovación de Negocios Digitales impulsa a trabajar al alumnado de manera autónoma como vía para mantenerse al día en las tendencias tecnológicas del ámbito de negocios digitales que le permitan adaptarse a la evolución de la sociedad, la tecnología y los mercados, en las áreas de negocios digitales.

OP6: El alumnado participará en procesos creativos y de innovación que le permitan aprender técnicas y estrategias para tener y desarrollar ideas que aportan valor a la economía y la sociedad.

OP 7: El alumnado trabajará en la planificación y organización de la actividad empresarial, utilizando teorías, marcos tradicionales y de manera disruptiva en la búsqueda de modelos de negocio y productos / servicios / experiencias nuevas.

OP 8: El Grado en Diseño e Innovación de Negocios Digitales impulsa al alumnado a adquirir una mentalidad emprendedora a través de experiencias relacionadas con la realidad de crear y hacer crecer un nuevo negocio.

1.11.b) Objetivos formativos de las menciones o especialidades

No aplica

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

La Salle-URL tiene como objetivo formar profesionales con valor a través de sus titulaciones. Para dar coherencia a todo el despliegue educativo, se dispone de un marco metodológico de referencia que permite desarrollar cada programa de grado o postgrado.

Como miembro de su red institucional, La Salle implementa el modelo educativo denominado Nuevo Contexto de Aprendizaje (NCA), que tiene como objetivo el desarrollo integral de la persona. Está basado en un modelo constructivista donde el alumnado ocupa el centro del aprendizaje. NCA está basado en 5 principios pedagógicos (Interioridad; Mente, cuerpo y movimiento; Construcción del Pensamiento; Conducta y Actividad Autorregulada y Dimensión Social) y define 5 ámbitos de aprendizaje. Un ámbito se define como un entorno didáctico a través del cual se articula el currículum de forma integradora y constituye una pieza fundamental del modelo pedagógico. Los ámbitos de aprendizaje definidos son: Acogida, Seminario, Taller, Proyecto y Cierre.

El despliegue de NCA en el entorno universitario potencia la utilización de metodologías activas, la diversificación en el sistema de evaluación y la digitalización como elemento clave facilitador. Su objetivo principal es mejorar la calidad docente y favorecer el aprendizaje del alumnado.

En el proceso de digitalización del campus, un aspecto transversal que se ha desarrollado en todos los centros universitarios de La Salle-URL es el modelo Smart Learning, modelo flexible, basado en el uso de la tecnología y que se adapta a las necesidades de formación presencial, semipresencial y online según la modalidad del programa. Por ello se han transformado las aulas en Smart Classrooms, con tecnología que permite garantizar la formación del alumnado y asegurar una experiencia educativa de calidad adaptada a la modalidad. Este entorno permite que el alumnado pueda asistir de manera síncrona y participar activamente en las sesiones sin estar físicamente en el aula, teniendo una experiencia similar y formando un único grupo que aprende conjuntamente.

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

Este grado tiene como objetivo formar a emprendedores y fundadores de nuevas empresas, enseñando los conocimientos, habilidades, y competencias necesarias para arrancar y crecer.

Aunque los/las alumnos/as pueden crear su propia empresa después del grado, el programa también proveerá al alumnado los conocimientos sobre el proceso de la innovación y la creación de nuevas empresas digitales, la búsqueda de financiación, la preparación y ejecución de planes de marketing digital, y la capacidad de evaluar e implementar las nuevas tecnologías, junto con su propia creatividad y voluntad, conocimientos que también son críticos para los Intrapreneurs en empresas ya establecidas, los consultores en proyectos digitales, los profesionales de otras startups trabajando de cuenta ajena, tanto como para los responsables de marketing digital o gestores de proyectos digitales.

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*)

RA – K1: El graduado o graduada será capaz de identificar los fundamentos de la administración de empresas a través de casos teóricos y reales de negocios digitales.

RA – K2: El graduado o graduada será capaz de analizar los conceptos y principios de Creatividad e Innovación a partir del desarrollo y la creación de un proyecto de innovación y/o emprendimiento.

RA – K3: El graduado o graduada será capaz de gestionar la financiación y presupuesto en proyectos digitales.

RA – K4: El graduado o graduada será capaz de analizar las últimas tendencias y catalizadores del entorno digital, incluyendo las tendencias tecnológicas, sociales, y económicas (modelos de negocio).

RA – K5: El graduado o graduada será capaz de debatir sobre una base conceptual que permita la comprensión del panorama del pensamiento contemporáneo y de textos del ámbito humanístico, de la multiculturalidad, y de la dimensión trascendente de la persona humana.

RA – K6: El graduado o graduada será capaz de mejorar la eficacia del propio trabajo utilizando las herramientas y tecnologías digitales disponibles y adaptándose a los nuevos entornos tecnológicos.

2.2. Habilidades o destrezas (*Skills*)

RA - H1: El graduado o graduada será capaz de aplicar los principios de gestión empresarial en la identificación, formulación y resolución de problemas complejos en el ámbito de negocios digitales

RA - H2: El graduado o graduada será capaz de aplicar las habilidades comunicativas eficazmente para presentar una exposición clara y coherente de conocimientos, ideas, problemas y soluciones delante de una variedad de audiencias y haciendo uso del lenguaje inclusivo.

RA - H3: El graduado o graduada podrá reconocer responsabilidades éticas y profesionales que le permitan realizar juicios informados, que tengan en cuenta el impacto de las soluciones en el ámbito de negocios digitales en contextos globales, económicos y ambientales de forma sensible al género.

RA - H4: El graduado o graduada será capaz de trabajar eficazmente en equipo, asumiendo el establecimiento de metas, la planificación de tareas y la consecución de objetivos en entornos colaborativos, inclusivos y multidisciplinares.

RA - H5: El graduado o graduada podrá realizar experimentaciones adaptadas al ámbito de negocios digitales aplicando conocimientos de analítica y de interpretación de datos en situaciones donde sea necesario el juicio en el ámbito de negocios digitales para la extracción de conclusiones.

RA – H6: El graduado o graduada será capaz de diseñar un modelo de negocio y un plan de negocio en contenidos digitales.

RA – H7: El graduado o graduada será capaz de diseñar el planteamiento económico de una Empresa digital.

RA – H8: El graduado o graduada será capaz de diseñar un plan de marketing a nivel estratégico y operativo para un negocio digital.

RA – H9: El graduado o graduada será capaz de aplicar los principios de la micro y macroeconomía a un estudio sobre la economía digital.

RA – H10: El graduado o graduada será capaz de aplicar las bases del pensamiento estratégico, así como los conceptos y herramientas para mejorar el plan estratégico de una empresa digital.

2.3. Competencias (*Competences*)

RA - C1: El graduado o graduada podrá diseñar soluciones utilizando herramientas y conocimientos de gestión de negocios digitales que satisfagan necesidades específicas tomando en consideración aspectos relacionados con la salud, seguridad, y el bienestar público, así como diferentes factores globales, ya sean culturales, sociales, de perspectiva de género, ambientales o económicos.

RA - C2: El graduado o graduada será capaz de aplicar las estrategias de aprendizaje adquiridas en el ámbito de los negocios digitales, para desarrollar nuevos conocimientos que le permiten dar respuesta a nuevos retos, tanto de forma autónoma como en equipo.

RA – C3: El graduado o graduada será capaz de usar los puntos claves de la reflexión ética, antropológica y sociológica contemporáneas en el análisis de las situaciones personales, profesionales y sociales que se le presenten.

RA – C4: El graduado o graduada será capaz de desarrollar un proyecto, trabajo académico, de investigación o profesional, teniendo en cuenta la perspectiva de género e incluyendo la planificación y ejecución de las tareas derivadas, con una cierta independencia, en el ámbito de negocios digitales.

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

A través de su página web la Universidad Ramón Llull pone a disposición de la comunidad universitaria los requisitos de acceso para los estudios de grado. La Salle-URL se acoge a dichos requisitos y, a través de la página web del Campus, los alumnos interesados en el Grado en Diseño e Innovación de Negocios Digitales pueden conocer los requisitos de acceso, para los estudios de grado.

El Sistema de Garantía Interna de la Calidad de la Salle-URL contempla el proceso para la admisión y matriculación de nuevos alumnos ([LS-PCA-03](#))

La Salle-URL, a través del siguiente enlace, pone a disposición de la comunidad universitaria en general del procedimiento para el acceso a los estudios de grado. Estos requisitos están alineados con el artículo 15 del RD 822/2021 donde se regula el acceso y la admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado.

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

Para que un alumno pueda cursar los estudios de Grado en Diseño e Innovación de Negocios Digitales se deben cumplir alguna de las condiciones definidas en el Real Decreto 412/2014 de 6 de junio.

Para el proceso de admisión, se evalúa una carta de motivación, y la documentación académica de el/la alumno/alumna. Si está estudiando en el sistema educativo español: Notas 1º y 2º de bachillerato hasta la fecha de inicio del proceso de admisión y notas de 1º y 2º de CFGS hasta la fecha de inicio del proceso de admisión.

Si está estudiando en otro país y otro sistema educativo: notas de los dos últimos años del diploma IB o de sistemas educativos europeos u otros; carta de recomendación si es estudiante internacional

Si está estudiando en otra universidad: Expediente académico universitario y programa de estudios.

Además, deberán realizar una entrevista personal para conocer mejor al alumno/alumna y para solucionar dudas sobre el programa, y un test de admisión para evaluar los conocimientos, intereses, y la capacidad de pensamiento crítico del alumno/alumna. El test consiste de una serie de preguntas con respuestas en formato de respuestas cortas.

Así mismo, para cursar este grado, se recomienda a los estudiantes tener un nivel mínimo de inglés equivalente a B2, para poder realizar un correcto seguimiento de las clases. Para evaluar ese nivel, el alumno entregará o el Certificado TOEFL (IBT 90-110), Certificado B2

(opcional), Cambridge Advanced English o IELTS (6-7), Cambridge English o IELTS. En caso de no disponer de dichos certificados se evaluará el nivel del candidato mediante la entrevista personal mencionada previamente.

El peso relativo de cada elemento de la evaluación es el siguiente:

- Carta de motivación: 20%
- Expediente académico: 40%
- Entrevista personal: 20%
- Test de admisión: 20%

3.2. Criterios para el reconocimiento y transferencias de créditos

Los criterios generales y normativa de reconocimiento y transferencia de créditos se describen en la página web del Campus, a través del siguiente [enlace](#)

TABLA 3. Criterios específicos para el reconocimiento de créditos

Reconocimiento por enseñanzas superiores no universitarias:	60
<i>En este programa se reconocen créditos cursados en Ciclos Formativos de Grado Superior de ramas afines a los de la titulación:</i> Administració i Finances (LOE) - Administració i gestió / Administració Administració i Finances (LOGSE) - Administració i gestió / Administració Assistència a la Direcció (LOE) - Administració i gestió / Administració Secretariat (LOGSE) - Administració i gestió / Administració	
Reconocimiento por títulos propios:	0
<i>Breve justificación</i>	
Reconocimiento por experiencia profesional o laboral:	36
A partir de 3 años de experiencia profesional se podrán reconocer 6 ECTS por cada año a tiempo completo de vida laboral, hasta un máximo de 36 ECTS. Se podrá reconocer cualquier asignatura del grado a excepción del Trabajo Final del Grado siempre que la experiencia laboral esté relacionada con las competencias de la asignatura. Estos créditos también serán reflejados en el Suplemento Europeo al Título.	

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

A través del procedimiento para la gestión de la movilidad ([LS-DPF-03](#), <http://www.salleurl.edu/docsmkt/calidad/AUDIT/MAPADEPROCESOSDOCUMENTOS/LS-DPF-03-v03.pdf>), La Salle URL establece las acciones que lleva a cabo para promover las

experiencias internacionales de los estudiantes y enriquecer su desarrollo personal y profesional. Aplicable a todo el alumnado, tanto *outgoing* como *incoming*.

Esta titulación prevé acciones específicas de movilidad, que se describe con más detalle en el apartado 4.2.b) Prácticas académicas externas (obligatorias) de esta misma memoria. A través de la página web, La Salle URL, pone a disposición de toda la comunidad universitaria de los convenios vigentes de cooperación académica (<https://www.salleurl.edu/es/convenios-de-cooperacion-academica>) así como de todos los servicios que se llevan a cabo desde la oficina internacional (<https://www.salleurl.edu/es/nuevos-alumnos/oficina-internacional>).

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 semestral)

Curso	Semestre 1	Semestre 2
Curso 1 (Anual)	ECTS: 60 Asignaturas, ECTS: Introducción al ámbito de los negocios digitales, 6 Introducción al marketing, 6 Introducción a la economía digital, 6 Análisis cuantitativo y cualitativo, 6 Desarrollo de habilidades digitales, 6 Pensamiento y creatividad I, 2 Comunicación, liderazgo y gestión de equipos, 6 Lengua extranjera, 5 Emprendimiento en empresas de base tecnológica, 6 Gestión de la creatividad y la innovación, 5 Introducción a la contabilidad, 6	
	Semestre 3	Semestre 4
Curso 2	ECTS: 29 Asignaturas, ECTS: Gestionando por diseño, 6 Marketing online en negocios digitales, 6 Financiación de proyectos de base digital, 6 Diseño de modelo de negocio, 6 Gestión de tecnologías emergentes, 5	CTS: 31 Asignaturas, ECTS: Gestionando proyectos, 6 E-commerce, 6 Gestión financiera de empresas de base tecnológica, 6 Gestión estratégica e innovación para nuevas empresas, 6 Gestión de R&D&I, 5 Pensamiento y creatividad II (anual), 2
	Semestre 5	Semestre 6
Curso 3	ECTS: 27 Asignaturas, ECTS: Emprendimiento social, 5	ECTS: 33 Asignaturas, ECTS: Prácticas de empresa I, (anual) 30

	Gestión de aplicaciones móviles, 5 Ciencia de datos para análisis e inteligencia comercial, 6 Derecho para las Start-up, 6 Optativa de área temática, 5	Pensamiento y creatividad III (anual), 3
	Semestre 7	Semestre 8
Curso 4	ECTS: 60 Asignaturas, ECTS: Optativas de área temática, 15 Proyecto final (anual), 15 Prácticas de empresa II (anual), 30	

Tabla 4b. Resumen del plan de estudios por tipo

Tipo	ECTS de la titulación
Formación básica	60
Formación obligatoria	85
Optativas	20
Prácticas externas	60
Trabajo Final de Grado	15
Total	240

Tabla 4c. Resumen de asignaturas básicas

ÁMBITO DE CONOCIMIENTO: Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo

Asignatura	ECTS
Digital Economy Principles	6
Introduction to Digital Business Environment	6
Marketing Principles	6
Introduction to Accounting	6
Managing Projects	6
TOTAL	30

ÁMBITO DE CONOCIMIENTO: Interdisciplinar

Asignatura	ECTS
Thought and Creativity 1	2
Quantitative and Qualitative Analysis	6
Communication. Leadership and Team Management	6
Foreign Language	5
Digital Skills Development	6
Thought and creativity II	2
Thought and creativity III	3
TOTAL	30

Descripción	ECTS	%
Créditos Formación Básica	60	25% de titulación
Créditos de formación básica ámbito de conocimiento: Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo	30	50% de formación básica
Créditos de formación básica ámbito de conocimiento: Interdisciplinar	30	50% de formación básica

4.1.b) Plan de estudios detallado

Tabla 5. Plan de estudios detallado

Materia 1: Fundamentos de los Negocios Digitales / Digital Business Foundations	
Número de créditos ECTS	24
Tipología	<i>Básico</i>
Organización temporal	<i>Anual/Semestre 1º año/2º año</i>
Modalidad	<i>Presencial / Semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<p>Conocimientos:</p> <p>KB-1 El alumno o alumna será capaz de analizar cómo la digitalización está cambiando las funciones tradicionales de una empresa</p> <p>KB-2 El alumno o alumna será capaz de comparar los ecosistemas de innovación y emprendimiento (startups, empresas establecidas, aceleradoras, universidades, gobierno, etc.) en diferentes países y debatir las ventajas y desventajas de las diferentes configuraciones.</p> <p>KB-3 El alumno o alumna será capaz de explicar cómo el rol del consumidor está cambiando en entornos digitales, especialmente cómo se está cambiando la psicología del Consumidor digital y sus comportamientos.</p> <p>KB-4 El alumno o alumna será capaz de explicar los conceptos principales de la microeconomía y de la macroeconomía, y los retos y oportunidades emergentes por la transformación digital.</p> <p>Habilidades:</p> <p>HB-1 El alumno o alumna será capaz de diseñar y gestionar marcas y campañas de comunicación en relación con la comercialización de contenidos digitales utilizando canales múltiples forma integrada.</p> <p>HB-2 El alumno o alumna será capaz de analizar un sector del mercado e identificar los retos y oportunidades que afectan a dicho sector.</p> <p>HB-3 El alumno o alumna será capaz de planificar proyectos, incluyendo las metodologías y procesos más habituales en la industria como por ejemplo SCRUM o LEAN y otras metodologías emergentes.</p>
Asignaturas	<p><i>Introducción al ámbito de los negocios digitales: básico, anual 1º año, 6 ECTS, inglés, Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo</i></p> <p><i>Introducción al Marketing: básico, anual 1º año, 6 ECTS, inglés, Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo</i></p> <p><i>Introducción a la Economía Digital : básico, anual 1º año, 6 ECTS, inglés, Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo</i></p> <p><i>Gestionando Proyectos: básico, semestre 4, 6 ECTS, inglés, Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo</i></p>

Materia 2: Análisis Cuantitativo y Cualitativo / Quantitative and Qualitative Analysis

Número de créditos ECTS	12
Tipología	<i>Básico/Obligatorio</i>
Organización temporal	<i>Anual/Semestre, 1º año/3º año</i>
Modalidad	<i>Presencial / Semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<p>Conocimientos:</p> <p>KQ-1 El alumno o alumna será capaz de comparar las herramientas cualitativas/cuantitativas adecuadas en contextos diferentes.</p> <p>Habilidades:</p> <p>HQ-1 El alumno o alumna será capaz de aplicar metodologías de investigación cualitativas y cuantitativas en la colección, gestión, y análisis de datos en un proyecto interactuando con usuarios reales.</p> <p>HQ-2 El alumno o alumna será capaz de transformar datos sin procesar en un formato visual para facilitar la interpretación de los datos.</p>
Asignaturas	<p><i>Análisis cuantitativo y Cualitativo: básico, anual 1º año, 6 ECTS, inglés, Interdisciplinar</i></p> <p><i>Ciencia de Datos para Análisis e Inteligencia Comercial: obligatorio, semestre 5, 6 ECTS, inglés</i></p>

Materia 3: Habilidades TIC / ICT Skills

Número de créditos ECTS	11
Tipología	<i>Básico /Obligatorio</i>
Organización temporal	<i>Anual/Semestre 1º Año/3º Año</i>
Modalidad	<i>Presencial / Semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<p>Conocimientos:</p> <p>KI-1 El alumno o alumna será capaz de comparar las tecnologías multimedia más relevantes y de última generación.</p> <p>Habilidades:</p> <p>HI-1 El alumno o alumna será capaz de gestionar un proyecto de software relacionado con Internet y tecnologías multimedia, para comprender mejor el proceso y los costos del desarrollo de software en general.</p> <p>HI-2 El alumno o alumna será capaz de desarrollar interfaces de aplicaciones web y aplicaciones móviles utilizando las herramientas de software adecuadas disponibles.</p> <p>HI-3 El alumno o alumna será capaz de utilizar Internet y las tecnologías multimedia para trabajar en colaboración y encontrar soluciones a los desafíos que se presenten.</p> <p>HI-4 El alumno o alumna será capaz de crear nuevos modelos de negocio implementados a través de aplicaciones móviles innovadoras.</p>
Asignaturas	<p><i>Desarrollo de Habilidades Digitales: básico, anual 1º año, 6 ECTS, inglés, Interdisciplinar</i></p> <p><i>Gestión de Aplicaciones Móviles: obligatorio, semestre 5, 5 ECTS, inglés</i></p>

Materia 4: Pensamiento y Creatividad / Thought and Creativity	
Número de créditos ECTS	7
Tipología	<i>Básico</i>
Organización temporal	<i>Anual 1º Año, 2º Año, 3º Año</i>
Modalidad	<i>Presencial/Semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<p>Conocimientos:</p> <p>KH-1 El alumno o alumna será capaz de comparar las teorías éticas más relevantes del panorama filosófico a partir de los criterios de acción propios de cada una de ellas.</p> <p>KH-2 El alumno o alumna será capaz de relacionar la dimensión problemática del ser humano con cuestiones tecnocientíficas contemporáneas.</p> <p>Habilidades:</p> <p>HH-1 El alumno o alumna será capaz de juzgar la moralidad de una acción concreta desde la perspectiva de las teorías éticas más relevantes del panorama filosófico.</p> <p>HH-2 El alumno o alumna será capaz de identificar diferentes retos del mundo actual a partir de los conceptos fundamentales de las teorías sociales y políticas contemporáneas</p> <p>Competencias:</p> <p>CH-1 El alumno o alumna será capaz de integrar la reflexión antropológica contemporánea en el ámbito personal, profesional y social.</p> <p>CH-2 El alumno o alumna será capaz de reconocer los rasgos distintivos del mundo globalizado y postmoderno desde el panorama sociológico y filosófico contemporáneo.</p>
Asignaturas	<p><i>Pensamiento y Creatividad I: básico, anual 1º año, 2 ECTS, inglés, Interdisciplinar</i></p> <p><i>Pensamiento y Creatividad II: básico, anual 2º año, 2 ECTS, inglés, Interdisciplinar</i></p> <p><i>Pensamiento y Creatividad III: básico, anual 3º año, 3 ECTS, inglés, Interdisciplinar</i></p>

Materia 5: Habilidades de Comunicación / Communication Skills	
Número de créditos ECTS	11
Tipología	<i>Básico</i>
Organización temporal	<i>Anual, 1º Año</i>
Modalidad	<i>Presencial/Semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<p>Conocimientos:</p> <p>KC-1 El alumno o alumna será capaz de explicar los conceptos claves de liderazgo y describir ejemplos de la vida real.</p>

	<p>KC-2 El alumno o alumna será capaz de describir las principales características de los grupos y equipos de trabajo, y los procesos que pueden afectarlos</p> <p>Habilidades:</p> <p>HC-1 El alumno o alumna será capaz de demostrar habilidades de comprensión y comunicación en un idioma extranjero, tanto oral como por escrito.</p> <p>HC-2 El alumno o alumna será capaz de hacer una presentación comercial, tanto en formato oral como por escrito, de una manera clara, concisa y efectiva.</p>
Asignaturas	<p><i>Comunicación, Liderazgo y Gestión de Equipos: básico, anual 1º año, 6 ECTS, inglés, Interdisciplinar</i></p> <p><i>Lengua Extranjera: básico, anual 1º año, 5 ECTS, inglés, Interdisciplinar</i></p>

Materia 6: Creatividad e Innovación en Negocios de Base Tecnológica / Creativity and Innovation in Technology-Based Businesses	
Número de créditos ECTS	22
Tipología	<i>Obligatorio</i>
Organización temporal	<i>Semestre/Anual, 1º Año/2º Año/3º Año</i>
Modalidad	<i>Presencial/Semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<p>Conocimientos:</p> <p>KE-1 El alumno o alumna será capaz de proponer soluciones para casos reales sobre las teorías y modelos principales de la innovación incluyendo, pero no limitado a: Innovación de usuarios, innovación disruptiva y la estrategia del océano azul, innovación abierta, plataformas y ecosistemas, adopción y difusión de la innovación.</p> <p>KE-2 El alumno o alumna será capaz de reflexionar sobre los conceptos más importantes en el proceso de innovación y emprendimiento (Design Thinking y Lean Startup).</p> <p>Habilidades:</p> <p>HE-1 El alumno o alumna será capaz de aplicar las principales herramientas utilizadas para la resolución creativa de problemas en un proyecto en equipo.</p> <p>HE-2 El alumno o alumna será capaz de evaluar la potencial de las nuevas ideas de negocio para convertirse en oportunidades de negocio</p> <p>HE-3 El alumno o alumna será capaz de probar las hipótesis de un modelo de negocio para mejorar las posibilidades comerciales de un nuevo negocio digital.</p> <p>HE-4 El alumno o alumna será capaz de hacer una presentación comercial, tanto en formato oral como por escrito, de una manera clara, concisa y efectiva.</p>
Asignaturas	<p><i>Emprendimiento en Empresas de Base Tecnológica: obligatorio, anual 1º año, 6 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Gestión de la Creatividad y la Innovación: obligatorio, anual 1º año, 5 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Gestionando por Diseño: obligatorio, semestre 3, 6 ECTS, inglés</i></p>

	Emprendimiento Social: <i>obligatorio, semestre 5, 5 ECTS, inglés</i>
--	---

Materia 7: Marketing Digital / Digital Marketing

Número de créditos ECTS	12
Tipología	<i>Obligatorio</i>
Organización temporal	<i>Semestre, 2º Año</i>
Modalidad	<i>Presencial/Semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<p>Conocimientos:</p> <p>CM-1 El alumno o alumna será capaz de explicar la estructura de campañas de publicidad utilizando herramientas de plataformas digitales de anuncios.</p> <p>Habilidades:</p> <p>HM-1 El alumno o alumna será capaz de crear una Estrategia de Marketing Digital E-Business incluyendo como adquirir clientes a través de las redes sociales.</p> <p>HM-2 El alumno o alumna será capaz de gestionar campañas de publicidad utilizando herramientas de plataformas digitales de anuncios.</p> <p>HM-3 El alumno o alumna será capaz de analizar los KPI (métricas) que miden el desempeño de un negocio digital.</p> <p>HM-4 El alumno o alumna será capaz de diseñar una estrategia de ebusiness para un negocio digital.</p>
Asignaturas	Marketing Online en Negocios Digitales: <i>obligatorio, semestre 3, 6 ECTS, inglés</i> e-Commerce: <i>obligatorio, semestre 4, 6 ECTS, inglés</i>

Materia 8: Finanzas para Negocios Digitales / Finance for Digital Business

Número de créditos ECTS	18
Tipología	<i>Básico / Obligatorio</i>
Organización temporal	<i>Anual/Semestre, 1º Año, 2º Año</i>
Modalidad	<i>Presencial/Semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<p>Conocimientos:</p> <p>KF-1 El alumno o alumna será capaz de explicar los conceptos de costos de oportunidad, costos irrecuperables y costos de desembolso personal y las implicaciones de ingresos incrementales frente a costos incrementales.</p> <p>KF-2 El alumno o alumna será capaz de explicar la dinámica y las implicaciones del ciclo operativo de la empresa.</p> <p>KF-3 El alumno o alumna será capaz de comparar los conceptos de financiación de deuda y financiación de capital, incluso en qué situaciones se utiliza cada tipo de financiación.</p> <p>KF-4 El alumno o alumna será capaz de diferenciar entre las etapas del desarrollo de nuevas empresas y las fuentes de financiación más adecuadas en cada etapa.</p> <p>Habilidades:</p>

	<p>HF-1 El alumno o alumna será capaz de analizar los flujos de efectivo y los estados financieros de una empresa digital.</p> <p>HF-2 El alumno o alumna será capaz de crear un plan financiero de una empresa a elección del alumno, dentro del sector digital.</p> <p>HF-3 El alumno o alumna será capaz de preparar un presupuesto de ingresos y gastos, balance, tesorería y necesidades financieras para una nueva empresa en el sector digital.</p> <p>HF-4 El alumno o alumna será capaz de aplicar métodos para valorar una nueva empresa en el sector digital de cara a inversores potenciales.</p>
Asignaturas	<p><i>Introducción a la Contabilidad: básico, anual 1º año, 6 ECTS, inglés, Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo</i></p> <p><i>Financiación de Proyectos de Base Digital: obligatorio, semestre 3, 6 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Gestión Financiera de Empresas de Base Tecnológica: obligatorio, semestre 4, 6 ECTS, inglés</i></p>

Materia 9: Estrategia de Negocios Digitales / Digital Business Strategy	
Número de créditos ECTS	28
Tipología	<i>Obligatorio</i>
Organización temporal	<i>Semestre 2º Año/3º Año</i>
Modalidad	<i>Presencial/Semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<p>Conocimientos:</p> <p>KS-1 El alumno o alumna será capaz de identificar los principales modelos de negocio en los ámbitos digitales, incluyendo en qué contexto se usa cada modelo y cuáles son los factores de éxito en su implementación.</p> <p>KS-2 El alumno o alumna será capaz de explicar las principales teorías de la estrategia y sus aplicaciones a los negocios digitales.</p> <p>KS-3 El alumno o alumna será capaz de explicar los procesos, herramientas, y técnicas de R&D&I.</p> <p>KS-4 El alumno o alumna será capaz de explicar las principales leyes en relación con las fuentes de información electrónica sobre el Derecho Español y el Derecho de la Unión Europea.</p> <p>Habilidades:</p> <p>HS-1 El alumno o alumna será capaz de aplicar las tecnologías emergentes más importantes para solucionar retos en los negocios digitales.</p> <p>HS-2 El alumno o alumna será capaz de crear modelos de negocios adecuados a nuevos proyectos en negocios digitales.</p> <p>HS-3 El alumno o alumna será capaz de gestionar proyectos innovadores con plazos de tiempo y presupuestos ajustados, midiendo resultados e iterando el plan según los resultados</p> <p>HS-4 El alumno o alumna será capaz de tomar decisiones empresariales teniendo en cuenta sus implicaciones legales.</p>
Asignaturas	<i>Diseño de Modelo de Negocio: obligatorio, semestre 3, 6 ECTS, inglés</i>

	<p><i>Gestión Estratégica e Innovación para Nuevas Empresas: obligatorio, semestre 4, 6 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Gestión de Tecnologías Emergentes: obligatorio, semestre 3, 5 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Gestión de R&D&I: obligatorio, semestre 4, 5 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Derecho para las Start-up, obligatorio, semestre 5, 6 ECTS, inglés</i></p>
--	--

Materia 10: Trabajo Final de Grado

Número de créditos ECTS	15
Tipología	TFG
Organización temporal	Anual, 4º Año
Modalidad	Presencial/Semipresencial
Resultados del aprendizaje	<p>Habilidades:</p> <p>HT-1 El alumno o alumna será capaz de comunicar el trabajo a un público especializado o no especializado en el ámbito de negocios digitales, tanto de forma escrita como públicamente de forma oral con un lenguaje inclusivo.</p> <p>Competencias:</p> <p>CT-1 El alumno o alumna será capaz resolver un problema complejo en el ámbito de negocios digitales de forma original o novedosa, a partir del análisis de un tema específico en el área de estudio de la titulación y de la integración los diferentes conocimientos aprendidos de las diferentes materias que la componen, teniendo en cuenta la perspectiva de género.</p> <p>CT-2 El alumno o alumna será capaz de planificar el desarrollo de un trabajo en el sector de negocios digitales que incluye la búsqueda, organización y la gestión de la información asociada.</p>
Asignaturas	<i>Proyecto Final: TFG, anual 4º año, 15 ECTS, inglés</i>

Materia 11: Prácticas

Número de créditos ECTS	60
Tipología	Prácticas académicas externas
Organización temporal	Anual, 3º año/4º año
Modalidad	Presencial
Resultados del aprendizaje	<p>Competencias:</p> <p>CP-1 El alumno o alumna será capaz de aplicar los conocimientos adquiridos durante la titulación en el ámbito laboral de los negocios digitales - o en su propia empresa o en una empresa ya establecida por cuenta ajena.</p> <p>CP-2 El alumno o alumna aplicará aspectos y herramientas básicas sobre gestión de carrera profesional, mercado laboral, gestión de oportunidades y búsqueda de empleo en el mercado profesional en el ámbito de los negocios digitales.</p>
Asignaturas	<p><i>Prácticas de Empresa I: Prácticas académicas externas, anual, 3º año, 30 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Prácticas de Empresa II: Prácticas académicas externas, anual, 4º año, 30 ECTS</i></p>

Materia 12: Estrategias de Innovación en Entornos Internacionales (optativas)	
Número de créditos ECTS	45
Tipología	<i>Optativa</i>
Organización temporal	<i>Semestre, 3º Año/4º Año</i>
Modalidad	<i>Presencial/Semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<p>Conocimientos:</p> <p>KO-1 El alumno o alumna será capaz de evaluar las últimas tecnologías y de la evolución del mercado y su tecnología</p> <p>KO-2 El alumno o alumna será capaz de analizar cómo la economía digital está acelerando y profundizando la globalización, y transformando el entorno empresarial.</p> <p>Habilidades:</p> <p>HO-1 El alumno o alumna será capaz de evaluar las consecuencias sociales, económicas y políticas de la transformación digital de la economía mundial, tales como los cambios en la distribución de ingresos, la urbanización, la movilidad laboral mundial y la migración, y la soberanía política.</p> <p>HO-2 El alumno o alumna será capaz de evaluar el impacto transformador de la innovación digital en el dinero, medios de pago, las finanzas y la inversión.</p> <p>HO-3 El alumno o alumna será capaz de evaluar las últimas tecnologías y de la evolución del mercado y su tecnología</p> <p>HO-4 El alumno o alumna será capaz de aplicar las técnicas y herramientas más adecuadas para garantizar un adecuado desarrollo y lanzamiento de nuevos productos</p> <p>HO-5 El alumno o alumna será capaz de gestionar los proyectos en un contexto multinacional y multicultural, de forma eficaz y eficiente, controlando su magnitud, tiempo, costes, calidad, información, y organización.</p> <p>HO-6 El alumno o alumna será capaz de diseñar, desarrollar y asegurar la accesibilidad, ergonomía, usabilidad y seguridad de los sistemas, aplicaciones y servicios TIC, así como de la información que proporciona, conforme a la legislación y normativa vigentes</p>
Asignaturas	<p><i>Liderazgo y Estrategia Digital para Nuevos Retos Globales: optativo, semestre 5/7, 5 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Ecosistemas de Innovación y Emprendimiento para el Desarrollo Sostenible: optativo, semestre 5/7, 5 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Desarrollo Global y Estrategias de la Innovación: optativo, semestre 5/7, 5 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Tecnologías de Vanguardia: optativo, semestre 5/7, 5 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Innovación Regional: optativo, semestre 5/7, 5 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Innovación en los Países en Desarrollo: optativo, semestre 5/7, 5 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Gestión Avanzada de Proyectos: optativo, semestre 5/7, 5 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Desarrollo Intercultural: optativo, semestre 5/7, 5 ECTS, inglés</i></p> <p><i>UX en el Contexto Global: optativo, semestre 5/7, 5 ECTS, inglés</i></p>

Materia 13: Colaboración departamental (optativas)	
Número de créditos ECTS	16
Tipología	<i>Optativa</i>
Organización temporal	<i>Semestre, 3º Año/4º Año</i>
Modalidad	<i>Presencial/Semipresencial</i>
Resultados del aprendizaje	<p>Habilidades:</p> <p>HD-1 El alumno o alumna será capaz de comunicar una idea propia y proponer una posible solución de cómo llevarla a cabo.</p> <p>HD-2 El alumno o alumna utilizará los conocimientos y habilidades comunicativas y de investigación aprendidas para aplicarlas en la actividad de colaboración.</p> <p>HD-3 El alumno o alumna será capaz de desarrollar tareas de búsqueda e investigación, tanto de forma individual o en grupo, de diversas temáticas relacionada con el ámbito de la colaboración.</p> <p>Competencias:</p> <p>CD-1 El alumno o alumna será capaz resolver un problema complejo en el ámbito de negocios digitales de forma original o novedosa, a partir del análisis de un tema específico en el área de estudio de la titulación y de la integración los diferentes conocimientos aprendidos de las diferentes materias que la componen, teniendo en cuenta la perspectiva de género.</p> <p>CD-2 El alumno o alumna será capaz de integrar las habilidades y conocimientos adquiridos para dar respuesta a retos específicos.</p>
Asignaturas	<p><i>Colaboración Departamental I: optativo, semestre 5/ 7, 4 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Colaboración Departamental II: optativo, semestre 5/ 7, 4 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Colaboración Departamental III: optativo, semestre 5/ 7, 4 ECTS, inglés</i></p> <p><i>Colaboración Departamental IV: optativo, semestre 5/ 7, 4 ECTS, inglés</i></p>

4.2. Actividades y metodologías docentes

Las materias y contenidos docentes coinciden tanto para la versión presencial como para la semipresencial. Solo se adaptarían las actividades y metodologías a las horas y porcentajes de presencialidad y semipresencialidad para responder a las necesidades de cada modalidad. Mas detalles sobre la infraestructura virtual necesaria para dar soporte al modelo semipresencial se presentan en el apartado 6 de la presente memoria.

Las metodologías utilizadas promueven la creación de entornos de aprendizaje inclusivos, que permiten atender la diversidad inherente al estudiantado. Dichas metodologías se desarrollan teniendo en cuenta las disposiciones establecidas en el Marco General para la incorporación de la perspectiva de género en la docencia universitaria de AQU Cataluña.

4.2.a) Materias básicas, obligatorias y optativas

La titulación imparte materias básicas, obligatorias y optativas que contemplan resultados de aprendizaje más competenciales algunas, de habilidades o de conocimientos, otras. En este sentido las metodologías y actividades docentes deben ayudar a la asimilación de dichos resultados de aprendizaje y para ello se utilizarán metodologías activas como, por ejemplo, el aprendizaje basado en proyectos, o basado en retos para materias más proyectuales, donde se trabajan tanto competencias como habilidades. Aquellas materias en las que se adquieren conocimientos más teóricos o conceptuales de la disciplina plantean metodologías como la clase magistral, clases de problemas y ejercicios, donde se aplicarán los conocimientos aprendidos en la teoría; así como también la clase invertida, donde el estudiante trabajará algún conocimiento previamente a la sesión presencial y en ella desarrollará actividades basadas en los contenidos que ha trabajado previamente. Aquí el estudiante trabajará básicamente el conocimiento, aunque también perfecciona habilidades informativas y comunicativas al exponer los ejercicios en clase o redactar textos. Igualmente, se utilizarán metodologías activas en el trabajo final de grado o en las prácticas como, por ejemplo, el Self Paced Learning, donde el estudiante autorregulará su aprendizaje a través de orientaciones dadas por el profesor o tutor a través del material didáctico diseñado a tal efecto.

4.2. b) Prácticas académicas externas (obligatorias)

Las prácticas externas en el ámbito de negocios digitales se llevan a cabo a través de la inserción laboral en empresa. Esta inserción se gestiona académicamente mediante el seguimiento de un tutor-empresa y un profesor tutor.

La dedicación del alumno se concentra principalmente en el trabajo de la empresa donde esté realizando las prácticas externas y debe estar relacionado con el ámbito de negocios digitales. Así pues, la metodología principal se basa en las Prácticas laborales preprofesionales. También se incluyen como actividades formativas la presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados a la materia, y el estudio y trabajo personales del alumno.

Se describe en el apartado 6.2 de esta memoria el procedimiento que La Salle-URL lleva a cabo para la gestión de las prácticas académicas externas, así como el listado de convenios activos con empresas donde los alumnos podrán hacer sus prácticas profesionales. La tipología de empresas y entidades colaboradoras en donde se enmarcarán las prácticas de los

alumnos del Grado en Diseño e Innovación de negocios digitales / Digital Business Design and Innovation podrán ser relacionados con los perfiles de egreso del apartado 1.14. La estructura de las prácticas externas incluye 30 créditos en el tercer año, y 30 créditos en el cuarto año del grado.

En el tercer año los/las alumnos/as pueden hacer prácticas en acorde con las posibles salidas profesionales del apartado 1.14 durante sus estudios, con un límite de 20 horas semanales.

En el cuarto año la mayoría de los créditos (45 de los 60 en total) son de las prácticas externas (30) y el trabajo final de grado (15). Por lo tanto, hay más flexibilidad en los posibles tipos y horarios de prácticas. Están previstos tres principales tipos de prácticas externas en el cuarto año: 1. Intercambio internacional; 2. Prácticas a tiempo completo en una empresa; o 3. Incubación de su propio proyecto de emprendimiento con La Salle Technova, la incubadora de empresas propia de La Salle Campus Barcelona. Para la primera opción de intercambio internacional, La Salle Campus Barcelona está planificando acuerdos con incubadoras y centros de transferencia a nivel Europeo con los que los alumnos interactuarán y con las opciones de movilidad que tendrán que desarrollar para completar el Grado. Nuestros programas de intercambio ofrecen la oportunidad de vivir una experiencia internacional, tanto por estudios como por prácticas profesionales mediante los convenios que tiene La Salle Campus Barcelona con más de 118 universidades en 42 países (<https://www.salleurl.edu/es/nuevos-alumnos/oficina-internacional/movilidad-internacional>). Para la segunda opción de prácticas a tiempo completo en una empresa, la tipología de empresas y encargos son las mismas como en el tercer año. Para la tercera opción de incubación de su propia empresa en La Salle Technova, ya existe un programa de aceleración a tiempo completo que se llama TLaunch, que consiste en acompañar a los emprendedores en la fase inicial de su empresa con una preparación sistemática para el lanzamiento al mercado.

4.2.c) Trabajo de fin de Grado

El Trabajo Final de Grado en el ámbito de negocios digitales es la síntesis de toda la titulación. Supone un trabajo de estudio, diseño e implementación de un proyecto en el ámbito de negocios digitales. Este trabajo está guiado por un/a profesor/a ponente que tutoriza y guía todo el desarrollo. Bajo su supervisión, el/la alumno/a realiza una memoria con los contenidos teóricos y prácticos o de investigación de su trabajo, y realiza una defensa de su trabajo. Algunos seminarios complementarios pueden ayudar al alumno/a a orientar su trabajo correctamente.

Existe un documento público con la normativa de los trabajos finales de grado, aplicable a los estudios del ámbito de *management*: <https://www.salleurl.edu/es/estudios/grados/informacion-academica/normativa-academica/normativa-para-el-proyecto-final-de-curso> publicado en la web de la institución y disponible, también, a través del sistema de gestión de aprendizaje (LMS).

4.3. Sistemas de evaluación

4.3.a) Evaluación de las materias básicas, obligatorias y optativas

El sistema de evaluación de la titulación se basa en la evaluación continua, de manera que se establecerán diversos sistemas, según las materias, así como los resultados de aprendizaje que se pretenda evaluar.

De esta manera, la evaluación de las habilidades informativas y comunicativas se hará a través de exámenes orales o de trabajos de investigación, informes, ensayos y artículos, así como también se tendrá en cuenta la participación en clase. Los conocimientos se evaluarán a través de exámenes de conceptos, exámenes tipo test o prácticos. Por su parte, las materias que trabajan competencias vinculadas al entorno de aprendizaje o profesional se evaluarán a través de trabajos en equipo.

Las materias proyectuales se evaluarán a través de proyectos que buscarán la consecución de una meta determinada en base a la planificación y ejecución de una serie de tareas y el uso efectivo de recursos.

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

Para la evaluación de las prácticas externas en el ámbito de negocios digitales, principalmente se tendrán en cuenta el informe final proveniente del tutor de empresa y los distintos puntos de control realizados por el profesor tutor. Éste último es el responsable de la calificación.

El perfil del tutor/tutora de empresa estará vinculado a la entidad colaboradora, con experiencia profesional y con los conocimientos necesarios para realizar una tutela efectiva. Fijará el plan de trabajo a seguir de acuerdo con el proyecto formativo. Se encargará de velar por el desarrollo del alumnado y orientará y supervisará su trabajo.

La evaluación del alumnado también se basará en la calificación a partir de la participación en clase o en actividades asociadas, así como en los trabajos requeridos. El tutor de prácticas es responsable de asegurar que las prácticas propuestas por parte de los/las alumnos/as cumplan con los resultados de aprendizaje esperados. Finalizado el periodo de prácticas pactado, el tutor rellenará un cuestionario que la universidad le facilitará y hará una evaluación tanto del alumno (actitud, aptitudes, involucración) como de las prácticas realizadas, poniendo al final una nota global. Además, el tutor de las prácticas evalúa los siguientes elementos: un certificado de prácticas preparado por parte de la empresa ofreciendo las prácticas, un informe sobre las prácticas completadas preparado por parte del alumno o la alumna, y una presentación oral por parte del alumno o la alumna.

4.3.c) Evaluación del Trabajo de fin de Grado

En el Trabajo Final de Grado la evaluación se lleva a cabo por un tribunal que basará su calificación en base al contenido del trabajo realizado, la memoria entregada, la defensa realizada y, en su caso, la demostración práctica, así como la valoración del profesor/a tutor/a

en la que se tiene en cuenta el trabajo del estudiante/a durante la evolución del trabajo, así como su proactividad y la autonomía en dicho trabajo.

La defensa del Trabajo Final de Grado es un acto público. Los criterios de calificación tendrán en cuenta aspectos como: el dominio de los conocimientos, la metodología utilizada, la claridad de la presentación, la capacidad de síntesis y de exposición oral, las respuestas a las preguntas del tribunal. En el caso de demostración práctica se considerará el buen funcionamiento del proyecto desarrollado y la documentación aportada. En el caso de un trabajo en el ámbito de la investigación se considerará el estudio del estado actual, la novedad del tema y la aportación innovadora, entre otras.

El tribunal del Trabajo Final de Grado estará formado por profesorado del claustro afín al ámbito de negocios digitales y seleccionado en función del tema del trabajo, también podrá contar con profesionales activos referentes del ámbito del programa con una titulación equivalente a la que el estudiante/a opta y con experiencia en el tema del trabajo que el estudiante/a presenta.

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

Nuestra institución lleva impartiendo titulaciones universitarias desde 1903. La Salle – Universitat Ramon Llull cuenta con aproximadamente 200 personas contratadas en su mayoría a jornada completa, que conforman el núcleo de profesores, investigadores, y PAS, para dar atención a unos 4000 alumnos/as. Además, cuenta con profesores/as colaboradores que realizan actividades de formación especializada y puntual en los programas de grado y postgrado.

Para la elección del profesorado se ha tenido en cuenta la disposición que marca el BOE-A-2007-7786, Ley orgánica 4-2007 de 12 de abril por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, así como las disposiciones establecidas en el artículo 7.9 del Real Decreto 640/2021 sobre el profesorado en las universidades privadas.

Para el desarrollo de esta titulación, se cuenta también con colaboradores de avalada trayectoria profesional. El 85% del profesorado de la titulación es doctor y el 55% de los doctores son acreditados. Su experiencia docente y profesional queda avalada por su currículum.

El claustro responde a los principales ámbitos de conocimiento de la titulación: Interdisciplinar; Matemáticas y estadística; y Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, máquetin, comercio, contabilidad y turismo.

Los grupos de investigación que respaldan esta titulación son:

El grupo de investigación “Data Science for the Digital Society” (DS4DS, acreditación 2017 SGR 920) focaliza su investigación en el desarrollo y el uso de las ciencias de datos y su impacto en la sociedad, analizando trasversalmente los casos mediante técnicas de inteligencia artificial, de aprendizaje automático y estadística. Está compuesto por 12 miembros de los cuales 6 son titulares superiores y 6 son doctores, 5 de los cuales disponen de una acreditación investigadora. Así mismo, de entre los doctores miembros del grupo 2 son catedráticos de universidad y 1 es titular de universidad. En los últimos 5 cursos se ha participado en 5 proyectos competitivos (4 estatales y 1 autonómico) y se han firmado 6 convenios o contratos de transferencia. Como resultados se han publicado 221 artículos en revistas científicas y se han defendido 3 tesis doctorales.

El grupo de investigación “Integrated Architectural Research” (IAR, acreditación 2017 SGR 1327) comprende dos líneas de investigación sobre el diseño, desarrollo y aplicación de la tecnología en la arquitectura y la construcción, así como el estudio de la arquitectura mediterránea tanto a nivel arquitectónico como territorial. Está compuesto por 12 miembros de los cuales 3 son titulares superiores y 9 son doctores, 6 de los cuales disponen de una acreditación investigadora. Así mismo, de entre los doctores miembros del grupo 1 es catedrático de universidad y 2 son titulares de universidad. En los últimos 5 cursos se ha participado en 7 proyectos competitivos (4 europeos, 1 estatales y 2 autonómico) y se han firmado 4 convenios o contratos de transferencia. Como resultados se han publicado 12 artículos en revistas científicas y se han defendido 7 tesis doctorales.

El Grupo de investigación en Tecnologías Media (GTM, acreditación 2017 SGR 966) tiene como objetivo una interacción más natural entre los seres humanos, las máquinas y su entorno, a través de la investigación en los campos de Acústica, Procesamiento de la Señal e Interacción. Está compuesto por 20 miembros de los cuales 5 son titulares superiores y 15 son doctores, 13 de los cuales disponen de una acreditación investigadora. Así mismo, de entre los doctores miembros del grupo 3 son

catedráticos de universidad y 4 son titulares de universidad. En los últimos 5 cursos se ha participado en 13 proyectos competitivos (3 europeos, 5 estatales y 5 autonómicos) y se han firmado 15 convenios o contratos de transferencia. Como resultados se han publicado 101 artículos en revistas científicas y se han defendido 4 tesis doctorales.

El grupo de investigación en “Internet Technologies and Storage” (GRITS, acreditación 2017 SGR 977) se centra en la Internet del Futuro, la Computación en la Nube y la Internet de las Cosas, tanto desde la perspectiva de su estructura física como de sus aplicaciones. Está compuesto por 14 miembros de los cuales 2 son titulares superiores y 12 son doctores, 10 de los cuales disponen de una acreditación investigadora. Así mismo, de entre los doctores miembros del grupo 2 son catedráticos de universidad y 2 son titulares de universidad. En los últimos 5 cursos se ha participado en 10 proyectos competitivos (5 europeos, 2 estatales y 3 autonómicos) y se han firmado 3 convenios o contratos de transferencia. Como resultados se han publicado 48 artículos en revistas científicas y se han defendido 3 tesis doctorales.

El grupo de investigación en “Technology Enhanced Learning” (GRETEL, acreditación 2017 SGR 934) estudia el uso de las tecnologías para proponer, implementar y analizar métodos y sistemas para mejorar el aprendizaje. Está compuesto por 22 miembros de los cuales 10 son titulares superiores y 12 son doctores, 10 de los cuales disponen de una acreditación investigadora. Así mismo, de entre los doctores miembros del grupo 1 es catedrático de universidad y 1 es titular de universidad. En los últimos 5 cursos se ha participado en 3 proyectos competitivos (1 europeo y 2 estatales) y se han firmado 12 convenios o contratos de transferencia. Como resultados se han publicado 58 artículos en revistas científicas y se han defendido 4 tesis doctorales.

El Grupo de investigación en Gestión de la Emprendeduría y la Innovación de Base Tecnológica (GREITM, acreditación 2017 SGR 941) investiga el impacto de la digitalización en las organizaciones, comunidades y grupos sociales en los que el factor tecnológico es clave para su competitividad. Está compuesto por 19 miembros de los cuales 5 son titulares superiores y 14 son doctores, 5 de los cuales disponen de una acreditación investigadora. Así mismo, de entre los doctores miembros del grupo 2 son titulares de universidad. En los últimos 5 cursos se ha participado en 3 proyectos competitivos (2 europeos y 1 estatal) y se han firmado 5 convenios o contratos de transferencia. Como resultados se han publicado 82 artículos en revistas científicas y se han defendido 6 tesis doctorales.

Respeto a la experiencia del profesorado en la impartición de clases a distancia (sobre todo en lo que se refiere a la modalidad semipresencial), mencionamos que nuestra institución imparte titulaciones semipresenciales y en línea desde hace más de 15 años, tanto oficiales como propios. Por este motivo todo el claustro de profesores de La Salle Campus Barcelona utiliza de forma habitual el campus virtual tanto en programas online como en el soporte a la presencialidad en programas presenciales, recibiendo anualmente formación en Moodle (plataforma) y aprendizaje online. Esta plataforma contiene tutoriales y video lecciones actualizadas periódicamente por el equipo de soporte en línea (https://egua.salle.url.edu/index.php/P%C3%A1gina_principal). El centro cuenta con un grupo de investigación SGR de la Generalitat de Catalunya en Technology Enhanced Learning (GRETEL) que organiza seminarios divulgativos y de actualización informativa sobre las técnicas y herramientas virtuales de enseñanza y aprendizaje.

5.1.b) Estructura de profesorado

Tabla 6. Resumen del profesorado asignado al título

Categoría	Núm.	ECTS (%)	Doctores/as (%)	Acreditados/as (%)	Sexenios
Permanentes 1	20	76,2%	100%	55,0%	6
Permanentes 2	4	11,9%	0%	0,0%	0
Lectores					
Asociados	4	11,9%	0%	0,0%	0
Otros					
Total	28	100%	71,4%	55,0%	

Las categorías del Profesorado asimilables a los Centros de La Salle – URL se han estructurado de la siguiente manera:

- Permanentes 1: Corresponde al profesorado interno doctor
- Permanentes 2: Corresponde al profesorado interno no doctor
- Asociados: Corresponde al profesorado externo
- Lectores: Esta categoría no aplica a los Centros de La Salle – URL

5.2. Perfil detallado del profesorado

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

Teniendo en cuenta las instrucciones recogidas en el Anexo II (apartado 5) del nuevo Real Decreto 822/2021 y las particularidades que caracterizan nuestros Centros en una Universidad privada de estructura federal; los Centros de La Salle - URL han determinado estructurar su profesorado de manera agregada por los ámbitos de conocimiento recogidos en el anexo I del mencionado Real Decreto con el propósito de homogenizar, a nivel de la institución, la información del profesorado que se facilita a través de las memorias de cada programa.

Las categorías de profesorado asimilables en centros privados, como los Centros de La Salle – URL, se han definido en el apartado 5.1b de esta memoria.

Se desarrolla a continuación el profesorado asociado a la titulación:

Tabla 7a. Detalle del profesorado asignado al título por ámbitos de conocimiento

Ámbito de conocimiento 2: Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo	
Número de profesores/as	21
Número y % de doctores/as	15 (71%)
Número y % de acreditados/as	9 (60%)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 15 Permanentes 2: 2 Lectores: -- Asociados: 4 Otros: 0
Materias / asignaturas	Financiación de proyectos de base digital Gestión financiera de empresas de base tecnológica Introducción a la contabilidad Emprendimiento en empresas de base tecnológica Emprendimiento social Diseño de modelo de negocio Gestión estratégica e innovación para nuevas empresas Introducción a la economía digital Introducción al ámbito de los negocios digitales E-commerce Gestión de aplicaciones móviles Gestión de la creatividad y la innovación Gestión de R&D&I Gestión de tecnologías emergentes Gestionando por diseño Gestionando proyectos Introducción al Marketing

	<p>Marketing online en negocios digitales</p> <p>Derecho para las Start-ups</p> <p>Liderazgo y Estrategia Digital para Nuevos Retos Globales:</p> <p>Ecosistemas de Innovación y Emprendimiento para el Desarrollo Sostenible</p> <p>Desarrollo Global i Estrategias de la Innovación</p> <p>Tecnologías de Vanguardia</p> <p>Innovación Regional</p> <p>Innovación en los Países en Desarrollo</p> <p>Gestión Avanzada de Proyectos</p> <p>Desarrollo Intercultural</p> <p>UX en el Contexto Global</p>
ECTS impartidos (previstos)	154
ECTS disponibles (potenciales)	1022

Ámbito de conocimiento 7: Interdisciplinar

Número de profesores/as	6
Número y % de doctores/as	4 (67%)
Número y % de acreditados/as	1 (25%)
Número de profesores/as por categorías	<p>Permanentes 1: 4</p> <p>Permanentes 2: 2</p> <p>Lectores: --</p> <p>Asociados: 0</p> <p>Otros: 0</p>
Materias / asignaturas	<p>Análisis cuantitativo y cualitativo</p> <p>Comunicación, liderazgo y gestión de equipos</p> <p>Desarrollo de habilidades digitales</p> <p>Lengua extranjera</p> <p>Pensamiento y creatividad I</p> <p>Pensamiento y creatividad II</p> <p>Pensamiento y Creatividad III</p>
ECTS impartidos (previstos)	30
ECTS disponibles (potenciales)	426

Ámbito de conocimiento 8: Matemáticas y estadística

Número de profesores/as	1
Número y % de doctores/as	1 (100%)
Número y % de acreditados/as	1 (100%)

Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 1 Permanentes 2: 0 Lectores: -- Asociados: 0 Otros: 0
Materias / asignaturas	Ciencia de datos para análisis e inteligencia comercial
ECTS impartidos (previstos)	6
ECTS disponibles (potenciales)	258

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

Los méritos son:

Profesor doctor en dirección y gestión de empresas, contratado a pleno tiempo. Con acreditación de Lector por AQU. Más de 15 años de experiencia docente, miembro de un grupo de investigación SGR.
Profesor doctor en dirección y gestión de empresas, contratado a tiempo completo. Más de 10 años de experiencia docente, miembro de un grupo de investigación SGR.
Profesor doctor en políticas, contratado a tiempo completo. Más de 15 años de experiencia docente, miembro de un grupo de investigación SGR.
Profesor doctor economía, contratado a tiempo completo. Más de 10 años de experiencia docente, miembro de un grupo de investigación SGR.
Profesora con máster universitario en investigación, contratada a tiempo completo. Más de 5 años de experiencia docente, miembro de un grupo de investigación SGR.
Profesora con máster universitario en investigación, contratada a tiempo completo. Más de 5 años de experiencia docente, miembro de un grupo de investigación SGR.
Profesor con MBA, contratado a tiempo completo. Más de 10 años de experiencia docente. Imparte en las áreas de gestión de empresas y gestión de proyectos, además de que coordina las prácticas externas
Profesora con máster universitario en investigación, contratada a tiempo completo. Más de 7 años de experiencia docente, miembro de un grupo de investigación SGR
Profesor con MBA, contratado a tiempo completo. Más de 10 años de experiencia docente y profesional.
Profesor MBA, contratado a tiempo parcial. Más de 10 años de experiencia docente y más de 25 como profesional.

Profesora licenciada en negocios internacionales, contratado a tiempo parcial. Más de 6 años de experiencia docente y más de 20 como profesional.
Profesor MBA, contratado a tiempo parcial. Más de 10 años de experiencia docente y 25 como profesional.
Profesora con máster profesional, contratado a tiempo parcial. Más de 7 años de experiencia docente y profesional. Imparte en el área de marketing
Profesora con máster profesional, contratado a tiempo completo. Más de 10 años de experiencia docente y profesional.

Asimismo, la institución, a través del área de RRHH, se preocupa por el desarrollo del Personal Docente Investigador y mejorar las ratios de la calidad docente. En este sentido, la institución, dispone de mecanismos dentro del plan de carrera profesional PDI para que el profesorado pueda obtener el grado de Doctor y las acreditaciones pertinentes.

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

Para los siguientes 2 años de implementación el plan de incorporación de profesorado al centro contempla la contratación de tres profesores doctores, preferiblemente en áreas de innovación, marketing y emprendimiento.

A tal efecto, la institución aplicará las disposiciones establecidas en el proceso para la captación, selección y contratación del PDI/PAS externo ([LS-GRH-03](#)) del SGIC de La Salle-URL.

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

A continuación, se lista el personal no docente contratado disponible para la implantación del grado. La columna "Posición laboral" indica la unidad de adscripción de los profesionales y el "Nº", el número de personas que lo forman.

Posición laboral	Nº	Categoría laboral	Dedicación
Secretaría académica	6	Profesor ordinario: 2 Oficial primera administrativo: 3 Oficial segunda administrativo: 1	Compartido por toda la institución
Secretaría de departamentos y recepcionistas	14	Jefe de negociado: 1 Oficial primera: 9 Oficiales segunda: 3 Recepcionista: 1	Compartido por toda la institución
Administración	3	Jefe de negociado: 1 Cargo superior: 1	Compartido por toda la

		Oficial primera: 1	institución
Biblioteca	3	Bibliotecaria/Facultativo: 1 Jefe de negociado: 1 Oficial segunda: 1	Compartido por toda la institución
Servicio de publicaciones	3	Auxiliar administrativa: 3	Compartido por toda la institución
Club deportivo (FESS)	6	Grupo 1: 1 Grupo 3.1: 2 Grupo 4.1: 3	Compartido por toda la institución
“Parc d'innovació La Salle”	7	Profesor ordinario: 1 Titulado/a de grado superior: 3 Titulado/a de grado medio: 1 Encargado/a de servicios generales: 1 Oficial primera: 1	Compartido por toda la institución
Centro de servicios informáticos*	12	Profesor agregado: 1 Titulado/a de grado medio: 1 Operador: 1 Alumnos bajo convenio de becario: 9	Compartido por toda la institución
Bolsa de trabajo y desarrollo profesional	2	Titulado/a de grado medio: 2	Compartido por toda la institución
Mantenimiento	5	Titulado/a de grado superior: 1 Cargo superior: 1 Técnico especialista de oficios: 1 Encargado/a de servicios generales: 1 Auxiliar 1ª servicios: 1	Compartido por toda la institución
Marketing, Comunicación y Ventas	18	Titulado/a de grado superior: 2 Jefe de sección: 1 Titulado/a de grado medio: 4 Oficial primera: 8 Oficial segunda: 2 Auxiliar administrativa: 1	Compartido por toda la institución

El Bar-Restaurante, la Limpieza y la Asociación de Antiguos Alumnos son servicios externos que disponen de su propio personal.

Todo el personal de administración y servicios (PAS) es compartido por toda la institución. Actualmente da soporte a las titulaciones ofrecidas por el centro. Se estima que la impartición del nuevo grado no requiere de ninguna contratación adicional.

*Dentro del “Centro de servicios informáticos” se incluye el personal que da soporte técnico para el desarrollo de las asignaturas en la modalidad online.

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

6.1. Recursos materiales y servicios

Para impartir el Grado en Diseño e Innovación de Negocios Digitales se considerarán todos los espacios que La Salle-URL pone a disposición de sus alumnos: aulas de formación, laboratorios, salas polivalentes, etc. así como los servicios básicos (biblioteca, salas de estudio, etc.) También dispondrá de espacios virtuales (Intranet, correo electrónico, espacios de disco, etc.) para facilitar el conjunto de su actividad.

En los siguientes documentos se describen ampliamente los recursos para el aprendizaje asociados a la titulación:

- Infraestructura física <https://web.salleurl.edu/docsmkt/calidad/2022-infraestructura-fisica.pdf>
- Infraestructura virtual <https://web.salleurl.edu/docsmkt/calidad/2022-infraestructura-virtual.pdf>
- Servicios del campus <https://web.salleurl.edu/docsmkt/calidad/2022-servicios-campus.pdf>

Los equipamientos del campus La Salle-URL responden a las necesidades de alumnos del Grado en Diseño e Innovación de Negocios Digitales, combinando aulas adaptadas para diferentes metodologías docentes (por ejemplo, project based learning), espacios creativos, laboratorios tecnológicos, servicios académicos y profesionales, y espacios sociales y recreativos. En cualquier caso, los recursos previstos para la titulación que no se encuentren disponibles se describirán en el apartado 6.3 de esta memoria.

En todo momento se garantizará el "Real Decreto 640/2021, de 27 de julio, sobre creación, reconocimiento y autorización de Universidades y Centros Universitarios, y acreditación institucional de centros universitarios". También se garantizará la adaptación de recursos a las necesidades del estudiantado y su diversidad, especialmente del que presente alguna discapacidad.

Teniendo en cuenta el proceso de mejora continua que hay en el campus, la información actualizada sobre los espacios e instalaciones y servicios se pueden consultar en la página web de la Institución, <https://www.salleurl.edu/es/instalaciones> y <https://www.salleurl.edu/es/servicios-del-campus>, respectivamente.

6.2 Procedimiento para la gestión de las prácticas académicas externas

El Sistema de Garantía Interna de la Calidad de la Salle-URL contempla el proceso para la gestión de las prácticas externas (LS-DPF-04).

La Salle-URL, a través del siguiente [enlace](#), pone a disposición de la comunidad universitaria en general la información sobre las prácticas externas. Asimismo, pone a disposición, el listado de las empresas con las que La Salle-URL tiene [convenios](#) para dichas prácticas: [listado de empresas con convenio con La Salle – URL](#). Asimismo, en el Anexo I de esta memoria se adjunta un [modelo de convenio específico de prácticas externas de La Salle URL](#)

La Salle-URL, a través del equipo de Career Services garantiza que todo el alumnado que necesite hacer prácticas académicas externas se ubique en empresas del ámbito del programa y adecuadas para alcanzar los objetivos formativos previstos.

En todo momento, se garantizará el cumplimiento de las disposiciones establecidas en Real Decreto 592/2014, de 11 de julio.

EL grado que se reverifica está en su 5 año de implantación en el curso 22-23. Esto quiere decir que durante los cursos académicos 20-21 y 21-22 el alumnado ha estado en disposición de realizar prácticas externas. Se presenta a continuación un listado que resume las empresas y entidades en las cuales el alumnado de esta titulación ha realizado las prácticas:

- Barcelona three dimensional printers S.L.
- Base detall sports S.A
- Everyday software SL
- Inmobiliaria llobsa SAU
- Urbia intermediacion ingenieria y servicios S.A.
- Urbidermis SL
- Wiongo leading smart destinations, SLU
- Escuela de Hostelería Hofmann S.L
- AC Beauty & Lifestyle S.L.
- Quadrant Alfa, S.L.
- Seed of Respect SL
- Freeverse S.L.
- Exponovias, S.L.U
- Dost AI Solutions SL
- Momentum Data Spain S.L.

No obstante, tal y como se ha indicado anteriormente, La Salle-URL tiene convenios con más de 200 empresas en las que el alumnado de esta titulación podría llegar a realizar sus prácticas profesionales.

6.3. Previsión de dotación de recursos materiales y servicios

Los medios, espacios, equipamientos y servicios disponibles son suficientes para la realización de la titulación.

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1. Cronograma de implantación del título

El Grado en Diseño e Innovación de Negocios Digitales de 240 ECTS extingue el anterior de 180 ECTS. Gracias al procedimiento de adaptación presentado en el siguiente apartado, los alumnos que hayan empezado el grado antes del curso 23/24 podrán acceder a dicho procedimiento de adaptación y finalizar el grado con 240 ECTS. Es por ello que el cronograma de implantación de grado es el siguiente:

Implantación grado 240 ECTS

Curso	23/24	24/25	25/26	26/27
1o	SI	SI	SI	SI
2o	SI	SI	SI	SI
3o	SI	SI	SI	SI
4o	SI	SI	SI	SI

Por el contrario, aquellos alumnos que deseen continuar con el grado de 180 ECTS, tendrán la oportunidad de hacerlo cumpliendo el siguiente cronograma de extinción:

Extinción grado 180 ECTS

Curso	23/24	24/25	25/26	26/27
1o	NO	NO	NO	NO
2o	SI	NO	NO	NO
3o	SI	SI	NO	NO

Nota: SI, indica que se puede cursar el grado en este curso. NO, indica que no se puede cursar el grado en este curso

Los alumnos que no hayan finalizado el grado tendrán derecho a la presentación de exámenes durante dos cursos académicos.

7.2 Procedimiento de adaptación

Grado de 180 ECTS				ECTS Adaptados	Grado de 240 ECTS			
Asignatura	Curso	Semestre	ECTS		Asignatura	Curso	Semestre	ECTS
Introducción al ámbito de los negocios digitales	1	A	6	6	Introducción al ámbito de los negocios digitales	1	A	6
Introducción al marketing	1	A	6	6	Introducción al marketing	1	A	6
Introducción a la economía digital	1	A	6	6	Introducción a la economía digital	1	A	6
Análisis cuantitativo y cualitativo	1	A	6	6	Análisis cuantitativo y cualitativo	1	A	6
Desarrollo de habilidades digitales	1	A	6	6	Desarrollo de habilidades digitales	1	A	6
Pensamiento y creatividad I	1	A	2	2	Pensamiento y creatividad I	1	A	2
Comunicación, liderazgo y gestión de equipos	1	A	6	6	Comunicación, liderazgo y gestión de equipos	1	A	6
Lengua extranjera	1	A	5	5	Lengua extranjera	1	A	5
Emprendeduría en empresas de base tecnológica	1	A	6	6	Emprendimiento en empresas de base tecnológica	1	A	6
Gestión de la creatividad y la innovación	1	A	5	5	Gestión de la creatividad y la innovación	1	A	5
Introducción a la contabilidad	1	A	6	6	Introducción a la contabilidad	1	A	6
Gestionando por diseño	2	1	6	6	Gestionando por diseño	2	1	6
Márketing online en negocios digitales	2	1	6	6	Marketing online en negocios digitales	2	1	6
Financiación de proyectos de base digital	2	1	6	6	Financiación de proyectos de base digital	2	1	6
Diseño de modelo de negocio	2	1	6	6	Diseño de modelo de negocio	2	1	6
Gestión de tecnologías emergentes	2	1	5	5	Gestión de tecnologías emergentes	2	1	5
Gestionando proyectos	2	2	6	6	Gestionando proyectos	2	2	6
E-commerce	2	2	6	6	E-commerce	2	2	6
Gestión financiera de empresas de base tecnológica	2	2	6	6	Gestión financiera de empresas de base tecnológica	2	2	6
Gestión estratégica e innovación para nuevas empresas	2	2	6	6	Gestión estratégica e innovación para nuevas empresas	2	2	6
Gestión de R&D&I	2	2	5	5	Gestión de R&D&I	2	2	5
Pensamiento y creatividad II	2	A	2	2	Pensamiento y creatividad II	2	A	2
Pensamiento y creatividad III	3	A	3	3	Pensamiento y creatividad III	3	A	3
Proyecto final	3	A	15	15	Proyecto Final	4	A	15
Online consumer behaviour	0		5	0				
Marketing services in the digital era	0		5	0				
Digital Analytics	0		5	0				
International Economics and the Digital Era	0		5	0				

Brand Management	O		5	0				
Economic Growth and Innovation	O		5	0				
Emerging Technologies and Smart Cities	O		5	0				
Legal Issues for Digital Startups	O		5	0				
Social Media Environments	O		5	0				
Social Media Strategies	O		5	0				
Digital Marketing in Social Media	O		5	0				
Emerging Trends in Social Media	O		5	0				
Colaboración Departamental I	O		4	4	Colaboración Departamental I	O	5/7	4
Colaboración Departamental II	O		4	4	Colaboración Departamental II	O	5/7	4
Colaboración Departamental III	O		4	4	Colaboración Departamental III	O	5/7	4
Colaboración Departamental IV	O		4	4	Colaboración Departamental IV	O	5/7	4

Nota: las asignaturas con curso O, se refieren a asignaturas optativas.

7.3 Enseñanzas que se extinguen

Esta titulación extinguirá la titulación de la misma denominación de 180 ECTS, su registro RUCT es el siguiente: 2503566, **Graduado o Graduada en Diseño e Innovación de Negocios Digitales / Digital Business Design and Innovation por la Universidad Ramón Llull**, Grado Publicado en B.O.E.

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

8.1. Sistema Interno de Garantía de la Calidad

La Salle-URL cuenta con un Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) certificado por AQU el 29 de abril de 2021. A través del siguiente enlace, <https://www.salleurl.edu/es/la-salle/gestion-de-la-calidad/audit>, La Salle – URL pone a disposición de toda la comunidad universitaria de la información relativa al SGIC: Manual del sistema de calidad, manual y mapa de procesos, informes de seguimiento del SGIC e informes de evaluación y certificación del sistema de calidad.

También, el siguiente documento agrupa los dos documentos principales del SGIC: El Manual del SGIC y el Manual de los procesos de La Salle-URL. http://www.salleurl.edu/docsmkt/calidad/2020.SGIC_LaSalle-URL.pdf.

8.2. Medios para la información pública

El departamento de marketing de La Salle – URL realiza periódicamente distintas acciones para la difusión de los programas académicos tanto en medios offline (radio, periódicos y revistas, ferias y conferencias, objetos publicitarios iluminados) como online (Google Adwords, redes sociales, blogs, campañas de *direct* email marketing, etc.).

Además, La Salle – URL ofrece un servicio de información y atención al posible estudiante de nuevo ingreso, llamado SIA (Servicio de Información y Admisiones), que se encarga de gestionar toda la información previa que necesita el estudiante. Los aspectos más relevantes de este servicio son:

- Ofrecer y mantener un espacio web con toda la información necesaria para dar a conocer el programa, los objetivos, las competencias, etc., de la titulación y todos los pasos a seguir para la matriculación.
- Diseñar, actualizar y distribuir catálogos.
- Preparar y organizar:
 - Sesiones de información (presencial y online)
 - Talleres, open clases y master clases.
 - Visita a escuelas.
 - Visitas guiadas a la Universidad
 - Jornadas de puertas abiertas.
 - Concertar entrevistas personales.
 - Crear o participar en espacios informativos y divulgativos.

De forma previa al comienzo del curso, el estudiante dispondrá de toda la información académica suficiente para poder planificar su proceso de aprendizaje (guías docentes de las asignaturas, horarios de tutorías, calendario de exámenes...).