



Ana Belen Cortinas Abad, com a secretària general de la Universitat Politècnica de Catalunya,

CERTIFICO¹:

Que el Consell de Govern de la Universitat Politècnica de Catalunya, reunit en sessió de 24 d'abril de 2024, va aprovar la memòria de la doble titulació entre el Grau en Empresa, Innovació i Tecnologia i Grau en Màrqueting, Innovació i Tecnologia de l'EUNCET, tal com figura en l'acord CG/2024/02/06, que s'adjunta a aquest certificat.

I, perquè consti, i tingui els efectes que calguin, signo aquest certificat.

Ana Belen Cortinas Abad

Secretària general

Barcelona, a data de signatura electrònica

¹ En el moment d'emetre aquesta certificació, l'acta que recull aquest acord encara no ha estat aprovada

Original signat per:

ANA BELEN CORTINAS ABAD
[Secretària general]
Universitat Politècnica de Catalunya
Signat en: 26-04-2024 12:19:09
GMT+2





UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

Memòria de doble titulació entre el Grau en Empresa, Innovació i Tecnologia i Grau en Màrqueting, Innovació i Tecnologia de l'EUNCET

Acord CG/2024/02/06, de 24 d'abril de 2024, del Consell de Govern, pel qual s'aprova la memòria de doble titulació entre el Grau en Empresa, Innovació i Tecnologia i Grau en Màrqueting, Innovació i Tecnologia de l'EUNCET

Vicerectorat de Política Acadèmica

- Document amb l'informe favorable del la Comissió de Docència i Política Acadèmica d'11/04/2024
- Document pendent d'aprovació, si escau, pel Ple del Consell Social

Original signat per:

ANA BELEN CORTINAS ABAD
[Secretària general]
Universitat Politècnica de Catalunya
Signat en: 26-04-2024 12:19:09
GMT+2



Aprovació de la memòria justificativa per a la implantació de la doble titulació de Grau en Empresa, Innovació i Tecnologia i Grau en Màrqueting, Innovació i Tecnologia del Centre Universitari Euncet

Antecedents

D'acord amb el document 60/2017 del Consell de Govern de 23.05.2017, pel qual s'aprova el Marc de dobles titulacions, aquestes propostes han de ser aprovades pel Consell de Govern de la UPC per a la seva inclusió dins de la programació universitària de cada curs acadèmic.

En aplicació d'aquest acord, l'Euncet ha presentat una memòria justificativa per a la implantació d'un itinerari conduent a una doble titulació de graus impartits als seu centre, concretament la doble titulació entre el Grau en Empresa, Innovació i Tecnologia i el Grau en Màrqueting, Innovació i Tecnologia, amb diferents itineraris en funció de la menció escollida.

Aquesta memòria de doble titulació substitueix la "Doble titulació de Grau en Direcció i Administració d'Empreses i Grau en Màrqueting i Comunicació Digital d'Euncet" aprovada el 23/05/2017 mitjançant l'acord 61/2017 de Consell de Govern, amb motiu de la reverificació dels graus esmentats pels nous graus que es presenten en aquest document.

Aquesta proposta de doble titulació ha estat aprovada per la Comissió Acadèmica de l'Euncet del dia 13 de febrer de 2024, i es presenta en aquest document per a la seva aprovació.

Atès l'informe previ de la Comissió Acadèmica del Consell Social de data 23 d'abril de 2024, el Consell de Govern,

Acorda:

Primer. Aprovar la proposta d'implantació de doble titulació de graus de l'Euncet d'acord amb la memòria justificativa i annexos que s'adjunten a continuació, i que són els següents:

- Grau en Empresa, Innovació i Tecnologia + Grau en Màrqueting, Innovació i Tecnologia
 1. Mencions Finances + Publicitat
 2. Mencions Finances + Analítica de Màrqueting
 3. Mencions Emprenedoria + Publicitat
 4. Mencions Emprenedoria + Analítica de Màrqueting
 5. Mencions Analítica de Negoci + Publicitat

Segon. Aquesta proposta de doble titulació serà d'aplicació a partir del curs acadèmic 2024/2025.

Barcelona, 24 d'abril de 2024

Original signat per:

ANA BELEN CORTINAS ABAD
[Secretària general]
Universitat Politècnica de Catalunya
Signat en: 26-04-2024 12:19:09
GMT+2





Proposta de doble titulació de Grau: Empresa, Innovació i Tecnologia i Màrqueting, Innovació i Tecnologia

Original signat per:

ANA BELEN CORTINAS ABAD
[Secretària general]
Universitat Politècnica de Catalunya
Signat en: 26-04-2024 12:19:09
GMT+2

Itineraris de la doble titulació de Grau en Empresa, Innovació i Tecnologia i Grau en Màrqueting, Innovació i Tecnologia

El grau d'Empresa, Innovació i Tecnologia (grau d'Empresa a partir d'ara) es desplega en tres mencions: Finances, Emprenedoria i Analítica de Negoci. El grau de Màrqueting, Innovació i Tecnologia (grau de Màrqueting a partir d'ara) en dues: Publicitat i Analítica de Màrqueting. Així que hi hauria sis possibles itineraris per a la doble titulació però no sembla raonable considerar la doble titulació en les mencions d'Analítica de Negoci i d'Analítica de Màrqueting. Així que es proposen cinc itineraris diferents per a la doble titulació:

- Doble Grau en Empresa i Màrqueting, en les mencions de Finances i Publicitat.
- Doble Grau en Empresa i Màrqueting, en les mencions de Finances i Analítica de Màrqueting.
- Doble Grau en Empresa i Màrqueting, en les mencions d'Emprenedoria i Publicitat
- Doble Grau en Empresa i Màrqueting, en les mencions d'Emprenedoria i Analítica de Màrqueting
- Doble Grau en Empresa i Màrqueting, en les mencions d'Analítica de Negoci i Publicitat

El dos graus s'imparteixen en el Centre Universitari Euncet.

Nombre de places a oferir per curs acadèmic

La doble titulació es pretén iniciar en el curs 2024-25 i s'oferirà en la preinscripció universitària. S'oferiran 70 places en modalitat presencial per cursar la doble titulació, 35 al Campus de Terrassa i 35 al Campus de Barcelona 22@. El nombre de places ofertes són per curs acadèmic.

El nombre de places ofertes no augmentarà les necessitats d'encàrrec docent de l'Euncet.

Justificació de la proposta atenent a criteris acadèmics

Si bé els dos graus sobre els que es fa la proposta de doble titulació estan clarament diferenciats, tots dos tenen suficients paral·lelismes, a més de tenir la fase inicial comuna, com per permetre que un alumne pugui obtenir la doble titulació amb un esforç assumible.

El pla d'estudis de doble titulació s'ha dissenyat de forma que les assignatures del grau d'Empresa es realitzen en primer lloc i les del grau de Màrqueting es van introduint progressivament:

Curs	Número d'assignatures*		
	EMPR/MQ (comunes)	EMPRESA	MÀRQUETING
1r curs	10		
2n curs	5	5	1
3r curs		10	2
4t curs		5 + 1 TFG	5
5e curs		0	9 + 1 TFG

*Totes les assignatures, a excepció dels TFG, són de 6 ECTS.

Original signat per:

ANA BELEN CORTINAS ABAD
[Secretària general]
Universitat Politècnica de Catalunya
Signat en: 26-04-2024 12:19:09
GMT+2



Això fa que en la doble titulació s'han de cursar, efectivament, un total de 52 assignatures més 2 TFG. O sigui 312 ECTS + 24 ECTS (TFG).

Per altra banda, en els tres primers quadrimestres els dos graus tenen totes les 15 assignatures en comú (90 ECTS). Així, el còmput total d'assignatures que corresponen a cada grau és:

- 35 + 1 TFG pel grau d'EMPRESA
- 32 + 1 TFG pel grau de MÀRQUETING

A més, també hi ha 3 assignatures de cada grau que es reconeixen entre elles. Aquestes assignatures són obligatòries i es cursen al grau d'Empresa i són reconegudes al grau de Màrqueting (veure taules de reconeixement als annexes):

- ESTRATÈGIA I GESTIÓ EMPRESARIAL per MÀRQUETING ESTRATÈGIC
- MÀRQUETING I COMUNICACIÓ DIGITAL per COMUNICACIÓ I PUBLICITAT
- GESTIÓ COMERCIAL i VENDES per ESTRATÈGIES DE FIXACIÓ DE PREUS.

En el cas de l'itinerari d'Analítica de Negoci + Publicitat (Annex V), el primer reconeixement es substitueix pel següent:

- INVESTIGACIÓ DE MERCATS (obligatòria de menció d'Empresa) per INVESTIGACIÓ DE MERCATS (obligatòria de Màrqueting)

Pel que fa a les assignatures dels dos graus que es reconeixen entre elles, s'ha optat per a que els estudiants cursin l'assignatura corresponent al grau d'EMPRESA, ja que entenem que així s'obté una formació més global i, conseqüentment, de major utilitat per a totes dues titulacions.

Finalment indicar que el pla d'estudis contempla que la càrrega de treball a partir del segon curs és superior als 60 crèdits ECTS. Amb aquest plantejament es pot assolir la doble titulació en 5 anys i, a la vegada, es deixa veure de forma clara a l'estudiant que obtenir una doble titulació requereix d'un esforç addicional.

Justificació de l'assoliment dels resultats d'aprenentatge dels dos graus

Pel que fa als resultats d'aprenentatge en ambdues titulacions, aquests quedaran perfectament assolits en l'itinerari de Doble Titulació atès que, segons l'itinerari curricular previst, els estudiants cursaran, en el cas del grau en Empresa, 222 crèdits (90 bàsics, 60 obligatoris, 60 optatius (menció) + 12 TFG). En el cas del grau en Màrqueting, aquests 222 crèdits inclouen el reconeixement de 18 ECTS obligatoris, per tant, els estudiants cursaran 204 crèdits (90 bàsics, 42 obligatoris, 60 optatius (menció) + 12 TFG).

Els 18 crèdits optatius restants fins a obtenir els 240 preceptius s'obtindran a partir d'assignatures cursades en l'altre grau que no corresponguin a assignatures que es reconeguin entre ambdós graus.

Original signat per:

ANA BELEN CORTINAS ABAD
[Secretària general]
Universitat Politècnica de Catalunya
Signat en: 26-04-2024 12:19:09
GMT+2



Justificació de la proposta atenent a altres criteris

La possibilitat de dissenyar un doble grau universitari que combini estudis d'empresa amb estudis de màrqueting és altament justificable, atès que ambdues disciplines són complementàries i fonamentals per a l'èxit en el món empresarial modern. Els coneixements i habilitats adquirits en un grau d'empresa, tals com gestió financera, lideratge i estratègia empresarial, proporcionen una base sòlida per entendre com operen i creixen les organitzacions. Integrar això amb un grau en màrqueting, que es centra en comprendre i satisfer les necessitats del consumidor, estratègies de mercat i promoció de productes o serveis, permet als estudiants adquirir una visió holística i pràctica de com les empreses poden no només sobreviure, sinó prosperar. Aquesta combinació habilita als graduats per a exercir eficaçment diverses funcions dins d'una organització, des de la gestió operativa fins al desenvolupament i implementació d'estratègies de màrqueting innovadores, preparant-los per afrontar els reptes del mercat globalitzat.

Característiques de l'itinerari curricular acadèmic

La proposta contempla fer les assignatures del grau d'EMPRESA en modalitat presencial mentre que algunes del grau de MÀRQUETING precisaran de la modalitat semipresencial.

Es preveuen dos Treballs de Fi de Grau, un per cada grau. El d'EMPRESA al curs 4, i el de MÀRQUETING al curs 5.

El pla d'estudis definit suposa una carrega lectiva de 336 crèdits ECTS, que es divideixen de la següent manera:

Crèdits bàsics i obligatoris	192
Crèdits de menció	120
TFG	24
Total Crèdits	336

Els 5 itineraris proposats es mostren en els 5 annexos adjunts, que també contenen el pla de reconeixement d'assignatures entre ambdues titulacions:

- Annex I - Finances + Publicitat
- Annex II - Finances + Anàlisi de Màrqueting
- Annex III - Emprenedoria + Publicitat
- Annex IV - Emprenedoria + Anàlisi de Màrqueting
- Annex V - Anàlisi de Negoci + Publicitat

Original signat per:

ANA BELEN CORTINAS ABAD
[Secretària general]
Universitat Politècnica de Catalunya
Signat en: 26-04-2024 12:19:09
GMT+2





ANNEX I: FINANCES + PUBLICITAT

	1Q	2Q
ANY 1	EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL AUTOCONEIXEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL	FONAMENTS DE DADES INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT
ANY 2	ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES GESTIÓ DE DADES LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS IMPACTE DE L'ENTORN ECONÒMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL	COMPTABILITAT FINANCERA INTRODUCCIÓ A LES FINANCES DRET EMPRESARIAL ANÀLISI ECONÒMICA APLICADA A L'EMPRESA ESTRATÈGIA I GESTIÓ EMPRESARIAL COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR
ANY 3	GESTIÓ DE PERSONES MÀRQUETING I COMUNICACIÓ DIGITAL FISCALITAT EMPRESARIAL COMPTABILITAT ANALÍTICA I CONTROL DE GESTIÓ ANÀLISI ESTATS FINANCERS GESTIÓ DE MARCA	GESTIÓ COMERCIAL I VENDES GESTIÓ DE LA CADENA DE SUBMINISTRAMENT I OPERACIONS MERCATS I INSTRUMENTS FINANCERS I GESTIÓ DE TRESORERIA FINANCES CORPORATIVES FONAMENTS D'ANALÍTICA DE DADES DE MÀRQUETING
ANY 4	FINANCES INTERNACIONALS MERCATS I INSTRUMENTS FINANCERS II DIRECCIÓ I PLANIFICACIÓ FINANCERA TECNOLOGIA I INNOVACIÓ EN FINANCES VALORACIÓ D'EMPRESES PLANIFICACIÓ ESTRATÈGICA DE LA PUBLICITAT	INVESTIGACIÓ DE MERCATS INNOVACIÓ I DESENVOLUPAMENT DE PRODUCTES I SERVEIS COMERÇ ELECTRÒNIC I GESTIÓ DE LA OMNISCANALITAT GESTIÓ DE CUENTS I ESTRATÈGIES DE FIDELITZACIÓ TFG EMPRESA ANUAL
ANY 5	TENDÈNCIES TECNOLÒGIQUES EN LA PUBLICITAT PRODUCCIÓ DIGITAL I AUDIOVISUAL CREATIVITAT I PROJECTES PUBLICITARIS MÈTRIQÜES I ANALÍTICA PUBLICITÀRIA IA APLICADA A LA PUBLICITAT AGÈNCIES DE PUBLICITAT	CAMPANYES PUBLICITÀRIES MITJANS I PLATAFORMES DE COMUNICACIÓ PUBLICITAT I XARXES SOCIALS TFG MÀRQUETING ANUAL
	ASSIGNATURES COMUNS EMPRESA MÀRQUETING MENCIÓ FINANCES MENCIÓ PUBLICITAT SEMIPRESENCIAL	

Resum crèdits	ECTS
Crèdits comuns EMPR/MK	90
Crèdits obligatoris Empresa	60
Crèdits obligatoris Màrqueting	42
Crèdits menció Empresa	60
Crèdits menció Màrqueting	60
TFG Empresa	12
TFG Màrqueting	12
Total doble titulació	336



Original signat per:

ANA BELEN CORTINAS ABAD

[Secretària general]

Universitat Politècnica de Catalunya

Signat en: 26-04-2024 12:19:09

GMT+2

ASSIGNATURES COMUNS A LES DUES TITULACIONS		
EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL	↕	EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL
EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL	↕	EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL
IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA
FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL	↕	FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL
AUTOCONEIXEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL	↕	AUTOCONEIXEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL
FONAMENTS DE DADES	↕	FONAMENTS DE DADES
INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL	↕	INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL
IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA
COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA	↕	COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA
MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT	↕	MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT
ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES	↕	ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES
GESTIÓ DE DADES	↕	GESTIÓ DE DADES
LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS	↕	LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS
IMPACTE DE L'ENTORN ECONÒMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE L'ENTORN ECONÒMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA
EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL	↕	EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL
ASSIGNATURES RECONEGUDES A MÀRQUETING		
ESTRATÈGIA I GESTIÓ EMPRESARIAL - semestre 4	↕	MÀRQUETING ESTRATÈGIC - semestre 4
MÀRQUETING I COMUNICACIÓ DIGITAL - semestre 5	↕	COMUNICACIÓ I PUBLICITAT - semestre 5
GESTIÓ COMERCIAL I VENDES - semestre 6	↕	ESTRATÈGIES DE FIXACIÓ DE PREUS - semestre 5



Original signat per:
ANA BELEN CORTINAS ABAD
[Secretària general]
Universitat Politècnica de Catalunya
Signat en: 26-04-2024 12:19:09
GMT+2

ANNEX II: FINANCES + ANALÍTICA DE MÀRQUETING

	1Q	2Q
ANY 1	EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL	FONAMENTS DE DADES
	EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL	INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL
	IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA	IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA
	FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL	COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA
	AUTOCONeixEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL	MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT
ANY 2	ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES	COMPTABILITAT FINANCERA
	GESTIÓ DE DADES	INTRODUCCIÓ A LES FINANCES
	LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS	DRET EMPRESARIAL
	IMPACTE DE L'ENTORN ECONÒMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA	ANÀLISI ECONÒMICA APLICADA A L'EMPRESA
	EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL	ESTRATÈGIA I GESTIÓ EMPRESARIAL
ANY 3	GESTIÓ DE PERSONES	COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR
	MÀRQUETING I COMUNICACIÓ DIGITAL	
	FISCALITAT EMPRESARIAL	
	COMPTABILITAT ANALÍTICA I CONTROL DE GESTIÓ	
	ANÀLISI ESTATS FINANCERS	
ANY 4	GESTIÓ DE MARCA	FONAMENTS D'ANALÍTICA DE DADES DE MÀRQUETING
	FINANCES INTERNACIONALS	
	IMERCATS I INSTRUMENTS FINANCERS II	INVESTIGACIÓ DE MERCATS
	DIRECCIÓ I PLANIFICACIÓ FINANCERA	INNOVACIÓ I DESENVOLUPAMENT DE PRODUCTES I SERVEIS
	TECNOLOGIA I INNOVACIÓ EN FINANCES	COMERÇ ELECTRÒNIC I GESTIÓ DE LA OMNICALITAT
ANY 5	VALORACIÓ D'EMPRESES	GESTIÓ DE CLIENTS I ESTRATÈGIES DE FIDELITZACIÓ
	RECOPILACIÓ I TRACTAMENT DE DADES EN MÀRQUETING	TFG EMPRESA ANUAL
ANY 6	ANÀLISI PREDICTIU I MINERIA DE DADES	MODELS ANALÍTICS EN MÀRQUETING
	MÈTRQUES I ANÀLISI DE MÀRQUETING DIGITAL	MÈTRQUES I ANÀLISI DE CLIENTS
	MÈTRQUES I ANÀLISI DEL MÀRQUETING MIX	MÈTRQUES I ANÀLISI DE LES TENDÈNCIES DE MERCAT
	INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL APLICADA AL MÀRQUETING	TFG MÀRQUETING ANUAL
	VISUALITZACIÓ I GENERACIÓ D'INFORMES DE MÀRQUETING	
ANY 7	PROJECTES D'ANALÍTICA EN MÀRQUETING	
ASSIGNATURES COMUNS		Resum crèdits
EMPRESA		Crèdits comuns EMPR/MK
MÀRQUETING		Crèdits obligatoris Empresa
MENCIO FINANCES		Crèdits obligatoris Màrqueting
MENCIO ANALÍTICA DE MKT		Crèdits menció Empresa
SEMIPRESENCIAL		Crèdits menció Màrqueting
		TFG Empresa
		TFG Màrqueting
		Total doble titulació
		ECTS
		90
		60
		42
		60
		12
		12
		336



Original signat per:
ANA BELEN CORTINAS ABAD
[Secretària general]
Universitat Politècnica de Catalunya
Signat en: 26-04-2024 12:19:09
GMT+2

ASSIGNATURES COMUNS A LES DUES TITULACIONS		
EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL	↕	EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL
EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL	↕	EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL
IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA
FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL	↕	FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL
AUTOCONeixEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL	↕	AUTOCONeixEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL
FONAMENTS DE DADES	↕	FONAMENTS DE DADES
INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL	↕	INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL
IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA
COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA	↕	COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA
MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT	↕	MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT
ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES	↕	ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES
GESTIÓ DE DADES	↕	GESTIÓ DE DADES
LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS	↕	LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS
IMPACTE DE L'ENTORN ECONÒMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE L'ENTORN ECONÒMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA
EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL	↕	EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL
ASSIGNATURES RECONEGUDES A MÀRQUETING		
ESTRATÈGIA I GESTIÓ EMPRESARIAL - semestre 4	↕	MÀRQUETING ESTRATÈGIC - semestre 4
MÀRQUETING I COMUNICACIÓ DIGITAL - semestre 5	↕	COMUNICACIÓ I PUBLICITAT - semestre 5
GESTIÓ COMERCIAL I VENDES - semestre 6	↕	ESTRATÈGIES DE FIXACIÓ DE PREUS - semestre 5



Original signat per:

ANA BELEN CORTINAS ABAD

[Secretària general]

Universitat Politècnica de Catalunya

Signat en: 26-04-2024 12:19:09

GMT+2

ANNEX III: EMPRENEDORIA + PUBLICITAT

	1Q	2Q	
ANY 1	EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL	FONAMENTS DE DADES	
	EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL	INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL	
	IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLITIC A L'EMPRESA	IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA	
	FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL	COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA	
	AUTOCONeixEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL	MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT	
ANY 2	ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES	COMPTABILITAT FINANCERA	
	GESTIÓ DE DADES	INTRODUCCIÓ A LES FINANCES	
	LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS	DRET EMPRESARIAL	
	IMPACTE DE L'ENTORN ECONOMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA	ANÀLISI ECONÒMICA APLICADA A L'EMPRESA	
	EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL	ESTRATÈGIA I GESTIÓ EMPRESARIAL	
ANY 3	GESTIÓ DE PERSONES	COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR	SP
	MÀRQUETING I COMUNICACIÓ DIGITAL	GESTIÓ COMERCIAL I VENDES	
	FISCALITAT EMPRESARIAL	GESTIÓ DE LA CADENA DE SUBMINISTRAMENT I OPERACIONS	
	PROJECTE D'EMPRENEDORIA I	PROJECTE D'EMPRENEDORIA II	
	MODELS DE NEGOCI INNOVADORS	METODOLOGIES ÀGILS D'EMPRENEDORIA	
ANY 4	GESTIÓ DE MARCA	TIPUS D'INNOVACIÓ I EMPRENEDORIA	SP
	FINANÇAMENT, FISCALITAT I AJUTS PER A L'EMPRENEDORIA	FONAMENTS D'ANALÍTICA DE DADES DE MÀRQUETING	
	OPORTUNITATS DE NEGOCIS AMB IA	INVESTIGACIÓ DE MERCATS	
	ESCALABILITAT I INTERNACIONALITZACIÓ	INNOVACIÓ I DESENVOLUPAMENT DE PRODUCTES I SERVEIS	
	STARTUPS I EMPRESES DE BASE TECNOLÒGICA	COMERÇ ELECTRÒNIC I GESTIÓ DE LA OMNICALITAT	
ANY 5	ECOSISTEMES D'EMPRENEDORIA I INNOVACIÓ	GESTIÓ DE CLIENTS I ESTRATÈGIES DE FIDELITZACIÓ	
	PLANIFICACIÓ ESTRATÈGICA DE LA PUBLICITAT	TFG EMPRESA ANUAL	
	TENDÈNCIES TECNOLÒGIQUES EN LA PUBLICITAT		
	PRODUCCIÓ DIGITAL I AUDIOVISUAL	CAMPANYES PUBLICITÀRIES	
	CREATIVITAT I PROJECTES PUBLICITARIS	MITJANS I PLATAFORMES DE COMUNICACIÓ	
	MÈTRiques I ANALÍTICA PUBLICITÀRIA	PUBLICITAT I XARXES SOCIALS	
	IA APLICADA A LA PUBLICITAT	TFG MÀRQUETING ANUAL	
	AGÈNCIES DE PUBLICITAT		
			SP
		Resum crèdits	ECTS
		Crèdits comuns EMPr/MK	90
		Crèdits obligatoris Empresa	60
		Crèdits obligatoris Màrqueting	42
		Crèdits menció Empresa	60
		TFG Empresa	12
		TFG Màrqueting	12
		Total doble titulació	336



Original signat per:
ANA BELEN CORTINAS ABAD
[Secretària general]
Universitat Politècnica de Catalunya
Signat en: 26-04-2024 12:19:09
GMT+2

ASSIGNATURES COMUNS A LES DUES TITULACIONS			
EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL	↕	EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL	
EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL	↕	EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL	
IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA	
FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL	↕	FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL	
AUTOCONeixEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL	↕	AUTOCONeixEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL	
FONAMENTS DE DADES	↕	FONAMENTS DE DADES	
INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL	↕	INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL	
IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA	
COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA	↕	COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA	
MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT	↕	MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT	
ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES	↕	ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES	
GESTIÓ DE DADES	↕	GESTIÓ DE DADES	
LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS	↕	LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS	
IMPACTE DE L'ENTORN ECONÒMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE L'ENTORN ECONÒMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA	
EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL	↕	EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL	
ASSIGNATURES CURSADAES A EMPRESA		ASSIGNATURES RECONEGUDES A MÀRQUETING	
ESTRATÈGIA I GESTIÓ EMPRESARIAL - semestre 4	↕	MÀRQUETING ESTRATÈGIC - semestre 4	
MÀRQUETING I COMUNICACIÓ DIGITAL - semestre 5	↕	COMUNICACIÓ I PUBLICITAT - semestre 5	
GESTIÓ COMERCIAL I VENDES - semestre 6	↕	ESTRATÈGIES DE FIXACIÓ DE PREUS - semestre 5	



Original signat per:

ANA BELEN CORTINAS ABAD

[Secretària general]

Universitat Politècnica de Catalunya

Signat en: 26-04-2024 12:19:09

GMT+2

ANNEX IV: EMPRENEDORIA + ANALÍTICA DE MÀRQUETING

1Q

ANY 1	EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL
	EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL
	IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA
	FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL
	AUTOCONeixEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL

2Q

FONAMENTS DE DADES
INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL
IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA
COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA
MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT

ANY 2

ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES
GESTIÓ DE DADES
LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS
IMPACTE DE L'ENTORN ECONÒMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA
EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL

COMPTABILITAT FINANCERA

INTRODUCCIÓ A LES FINANCES

DRET EMPRESARIAL

ANÀLISI ECONÒMICA APLICADA A L'EMPRESA

ESTRATÈGIA I GESTIÓ EMPRESARIAL

COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR

SP

ANY 3

GESTIÓ DE PERSONES
MÀRQUETING I COMUNICACIÓ DIGITAL
FISCALITAT EMPRESARIAL
PROJECTE D'EMPRENEDORIA I
MODELS DE NEGOCI INNOVADORS
GESTIÓ DE MARCA

GESTIÓ COMERCIAL I VENDES

GESTIÓ DE LA CADENA DE SUBMINISTRAMENT I OPERACIONS

PROJECTE D'EMPRENEDORIA II

METODOLOGIES ÀGILS D'EMPRENEDORIA

TIPUS D'INNOVACIÓ I EMPRENEDORIA

FONAMENTS D'ANALÍTICA DE DADES DE MÀRQUETING

SP

ANY 4

FINANÇAMENT, FISCALITAT I AJUTS PER A L'EMPRENEDORIA
OPORTUNITATS DE NEGOCIS AMB IA
ESCALABILITAT I INTERNACIONALITZACIÓ
STARTUPS I EMPRESES DE BASE TECNOLÒGICA
ECOSISTEMES D'EMPRENEDORIA I INNOVACIÓ
RECOPILACIÓ I TRACTAMENT DE DADES EN MÀRQUETING

INVESTIGACIÓ DE MERCATS

INNOVACIÓ I DESENVOLUPAMENT DE PRODUCTES I SERVEIS

COMERÇ ELECTRÒNIC I GESTIÓ DE LA OMNICALITAT

GESTIÓ DE CLIENTS I ESTRATÈGIES DE FIDELITZACIÓ

TFG EMPRESA ANUAL

SP

ANY 5

ANÀLISI PREDICTIU I MINERIA DE DADES
MÈTRiques I ANÀLISI DE MÀRQUETING DIGITAL
MÈTRiques I ANÀLISI DEL MÀRQUETING MIX
INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL APLICADA AL MÀRQUETING
VISUALITZACIÓ I GENERACIÓ D'INFORMES DE MÀRQUETING
PROJECTES D'ANALÍTICA EN MÀRQUETING

MODELS ANALÍTICS EN MÀRQUETING

MÈTRiques I ANÀLISI DE CLIENTS

MÈTRiques I ANÀLISI DE LES TENDÈNCIES DE MERCAT

TFG MÀRQUETING ANUAL

SP

ASSIGNATURES COMUNS

EMPRESA

MÀRQUETING

MENTIÓ EMPRENEDORIA

MENTIÓ ANALÍTICA DE MKT

SEMIPRESENCIAL

Resum crèdits	ECTS
Crèdits comuns EMPr/MK	90
Crèdits obligatoris Empresa	60
Crèdits obligatoris Màrqueting	42
Crèdits menció Empresa	60
Crèdits menció Màrqueting	60
TFG Empresa	12
TFG Màrqueting	12
Total doble titulació	336



Original signat per:

ANA BELEN CORTINAS ABAD

[Secretària general]

Universitat Politècnica de Catalunya

Signat en: 26-04-2024 12:19:09

GMT+2

ASSIGNATURES COMUNS A LES DUES TITULACIONS		
EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL	↕	EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL
EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL	↕	EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL
IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA
FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL	↕	FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL
AUTOCONEIXEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL	↕	AUTOCONEIXEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL
FONAMENTS DE DADES	↕	FONAMENTS DE DADES
INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL	↕	INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL
IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA
COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA	↕	COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA
MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT	↕	MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT
ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES	↕	ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES
GESTIÓ DE DADES	↕	GESTIÓ DE DADES
LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS	↕	LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS
IMPACTE DE L'ENTORN ECONÒMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE L'ENTORN ECONÒMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA
EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL	↕	EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL
ASSIGNATURES RECONEGUDES A MÀRQUETING		
ESTRATÈGIA I GESTIÓ EMPRESARIAL - semestre 4	↕	MÀRQUETING ESTRATÈGIC - semestre 4
MÀRQUETING I COMUNICACIÓ DIGITAL - semestre 5	↕	COMUNICACIÓ I PUBLICITAT - semestre 5
GESTIÓ COMERCIAL I VENDES - semestre 6	↕	ESTRATÈGIES DE FIXACIÓ DE PREUS - semestre 5



Original signat per:

ANA BELEN CORTINAS ABAD

[Secretària general]

Universitat Politècnica de Catalunya

Signat en: 26-04-2024 12:19:09

GMT+2

ANNEX V: ANALÍTICA DE NEGOCI + PUBLICITAT

	1Q	2Q	
ANY 1	EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL	FONAMENTS DE DADES	
	EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL	INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL	
	IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA	IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA	
	FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL	COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA	
	AUTOCONEIXEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL	MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT	
ANY 2	ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES	COMPTABILITAT FINANCERA	
	GESTIÓ DE DADES	INTRODUCCIÓ A LES FINANCES	
	LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS	DRET EMPRESARIAL	
	IMPACTE DE L'ENTORN ECONÒMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA	ANÀLISI ECONÒMICA APLICADA A L'EMPRESA	
	EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL	ESTRATÈGIA I GESTIÓ EMPRESARIAL	
ANY 3	GESTIÓ DE PERSONES	COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR	SP
	MÀRQUETING I COMUNICACIÓ DIGITAL	GESTIÓ COMERCIAL I VENDES	
	FISCALITAT EMPRESARIAL	GESTIÓ DE LA CADENA DE SUBMINISTRAMENT I OPERACIONS	
	INVESTIGACIÓ DE MERCATS	PROGRAMACIÓ APLICADA A L'ANÀLISI DE DADES	
	EMMAGATZEMATGE I MODELITZACIÓ DE DADES	MINERIA DE DADES	
ANY 4	GESTIÓ DE MARCA	ANÀLISI DE DADES TEMPORALS	SP
	INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL	FONAMENTS D'ANALÍTICA DE DADES DE MÀRQUETING	
	ANÀLISI PREDICTIU	MÀRQUETING ESTRATÈGIC	
	VISUALITZACIÓ I GENERACIÓ D'INFORMES	INNOVACIÓ I DESENVOLUPAMENT DE PRODUCTES I SERVEIS	
	SIMULACIÓ D'ESCENARIS EMPRESARIALS	COMERÇ ELECTRÒNIC I GESTIÓ DE LA OMNICANALITAT	
ANY 5	PROJECTES D'ANALÍTICA DE NEGOCIS	GESTIÓ DE CUENTS I ESTRATÈGIES DE FIDELITZACIÓ	SP
	PLANIFICACIÓ ESTRATÈGICA DE LA PUBLICITAT	TFG EMPRESA ANUAL	
	TENDÈNCIES TECNOLÒGIQUES EN LA PUBLICITAT	CAMPANYES PUBLICITÀRIES	
	PRODUCCIÓ DIGITAL I AUDIOVISUAL	MITJANS I PLATAFORMES DE COMUNICACIÓ	
	CREATIVITAT I PROJECTES PUBLICITARIS	PUBLICITAT I XARXES SOCIALS	
	MÈTRiques I ANALÍTICA PUBLICITÀRIA	TFG MÀRQUETING ANUAL	
	IA APLICADA A LA PUBLICITAT		
	AGÈNCIES DE PUBLICITAT		SP
	ASSIGNATURES COMUNS		
	EMPRESA		
	MÀRQUETING		
	MENTIÓ ANALÍTICA DE NEGOCI		
	MENTIÓ PUBLICITAT		
	SEMIPRESENCIAL		
		Resum crèdits	ECTS
		Crèdits comuns EMPr/MK	90
		Crèdits obligatoris Empresa	60
		Crèdits obligatoris Màrqueting	42
		Crèdits menció Empresa	60
		Crèdits menció Màrqueting	60
		TFG Empresa	12
		TFG Màrqueting	12
		Total doble titulació	336



Original signat per:

ANA BELEN CORTINAS ABAD

[Secretària general]

Universitat Politècnica de Catalunya

Signat en: 26-04-2024 12:19:09

GMT+2

ASSIGNATURES COMUNS A LES DUES TITULACIONS		
EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL	↕	EINES MATEMÀTIQUES PER A LA GESTIÓ EMPRESARIAL
EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL	↕	EINES DE PRODUCTIVITAT DIGITAL
IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE L'ENTORN SOCIAL, CULTURAL I POLÍTIC A L'EMPRESA
FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL	↕	FONAMENTS DE LA GESTIÓ EMPRESARIAL
AUTOCONeixEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL	↕	AUTOCONeixEMENT I DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL
FONAMENTS DE DADES	↕	FONAMENTS DE DADES
INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL	↕	INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT EMPRESARIAL
IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE LES TECNOLOGIES A L'EMPRESA
COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA	↕	COMUNICACIÓ ORAL I ESCRITA
MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT	↕	MÀRQUETING CENTRAT EN EL CLIENT
ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES	↕	ANÀLISI I VISUALITZACIÓ DE DADES
GESTIÓ DE DADES	↕	GESTIÓ DE DADES
LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS	↕	LIDERATGE I DESENVOLUPAMENT D'EQUIPS
IMPACTE DE L'ENTORN ECONÒMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA	↕	IMPACTE DE L'ENTORN ECONÒMIC I MARC LEGAL A L'EMPRESA
EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL	↕	EINES DE COMUNICACIÓ DIGITAL
ASSIGNATURES RECONEGUDES A MÀRQUETING		
INVESTIGACIÓ DE MERCATS - semestre 4	↕	INVESTIGACIÓ DE MERCATS - semestre 4
MÀRQUETING I COMUNICACIÓ DIGITAL - semestre 5	↕	COMUNICACIÓ I PUBLICITAT - semestre 5
GESTIÓ COMERCIAL I VENDES - semestre 6	↕	ESTRATÈGIES DE FIXACIÓ DE PREUS - semestre 5