

# UNIVERSIDADES

**6239** RESOLUCIÓN de 20 de marzo de 2006, de la Universidad Ramón Llull, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Licenciado en Administración y Dirección de Empresas.

La Junta Académica de esta Universidad, en sesión celebrada el día 23 de febrero de 2006, aprobó una modificación de asignaturas optativas del plan de estudios conducente a la obtención del título de Licenciado en Administración y Dirección de Empresas que se imparte en la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas, ESADE, de acuerdo con los Estatutos de la Universidad Ramón Llull.

Una vez comprobado por el Consejo de Coordinación Universitaria su correspondencia con las directrices generales comunes y propias del título, en cumplimiento de lo dispuesto en la disposición final primera del Real Decreto 55/2005, de 21 de enero (BOE del 25),

Este Rectorado, de conformidad con lo previsto en el artículo 6.2 del R. D. 49/2004, de 19 de enero, modificado por los RR. DD. 55/2005, de 21 de enero (BOE 25-1) y 1509/2005, de 16 de diciembre (BOE 20-12-2005), ha resuelto ordenar la publicación de la citada modificación de asignaturas optativas del mencionado plan de estudios que quedarán estructuradas según figura en el siguiente anexo.

Barcelona, 20 de marzo de 2006.-La Rectora, Esther Giménez-Salinas Colomer.

Anexo 2-C. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO OFICIAL DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)					Créditos totales para optativas (1) - por ciclo <u>63</u> - curso
Denominación (2) 2º Ciclo	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
Banca Privada y Gestión de Patrimonios	4,5	3	1,5	Banca privada y su evolución en España. Instrumentos financieros que se utilizan. Cómo afectan los diferentes impuestos a la gestión del patrimonio.	Economía Financiera y Contabilidad
Modelos de Comportamiento y Percepciones del Cliente <i>*(Behavioural Patterns and Consumer Insights)</i>	4,5	3	1,5	La conducta del consumidor en la estrategia de marketing. Toma de decisiones analizando los patrones de conducta del consumidor.	Comercialización e Investigación de Mercados
Gestión de la Marca <i>*(Brand Management)</i>	4,5	3	1,5	Entender el papel de las marcas en un entorno competitivo y fragmentado y aprovechar el branding como recurso estratégico de competitividad para la empresa.	Comercialización e Investigación de Mercados
Inteligencia Empresarial en Marketing y Finanzas <i>*(Business Intelligence in Marketing and Finance)</i>	4,5	3	1,5	Realizar proyectos de comprensión del modelo de negocio en Marketing y Finanzas y sistemas de información directivos en general.	Lenguaje y Sistemas Informáticos
Mercados de Capitales y Gestión de Carteras <i>*(Capital Markets &amp; Portfolio Management)</i>	4,5	3	1,5	Conocimientos básicos de finanzas corporativas.	Economía Financiera y Contabilidad
Gestión del Cambio para la Excelencia en el Servicio <i>*(Change Management for Service Excellence)</i>	4,5	3	1,5	Aprendizaje de personas, grupos y organizaciones en una variedad de entornos en cambio y liderar el cambio hacia una excelencia en los servicios.	Organización de Empresas
Responsabilidad Social Corporativa <i>*(Corporate Social Responsibility)</i>	4,5	3	1,5	Clarificar y establecer valores en la dirección y actuación de prácticas empresariales.	Filosofía Sociología
Curso para la Preparación de la Promoción de Empresas	4,5	3	1,5	Ayudar en la elaboración de un proyecto de promoción de empresas.	Organización de Empresas
Gestión del Diseño <i>*(Design Management)</i>	4,5	3	1,5	El diseño como planificación en la implementación de las estrategias de empresa y especialmente en las estrategias de marketing.	Comercialización e Investigación de Mercados
Desarrollo de Conceptos de Éxito del Comercio Minorista <i>*(Developing Successful Retailing Concepts)</i>	4,5	3	1,5	Desarrollar un posicionamiento estratégico integrado y diferenciado en compañías de distribución en un entorno competitivo.	Comercialización e Investigación de Mercados
Dinámica del Cambio Organizativo y Aprendizaje en Redes Organizativas <i>*(Dynamics of Organizational Change and Learning in Organizational Networks)</i>	4,5	3	1,5	Cómo dirigir y estimular procesos de cambios en organizaciones para obtener un cambio sostenible e innovador.	Organización de Empresas
Inglés IV (CEMS) <i>*(English VI (CEMS))</i>	7,5	5	2,5	Estrategias de comunicación avanzada en contexto de Negocios. Análisis de conceptos de gestión en inglés con el objetivo de mejorar la comunicación en contextos internacionales.	Filología Inglesas
Gestión de Empresas Inmobiliarias	4,5	3	1,5	Aspectos relevantes que afectan a la gestión de empresas inmobiliarias. Marco legal de la gestión del suelo y gestión financiera de proyectos y empresas inmobiliarias.	Organización de Empresas
Gestión de las Empresas de la Industria Cultural	4,5	3	1,5	Conocimientos sectores editorial y audiovisual analizando peculiaridades de su gestión desde el valor intelectual al valor económico.	Organización de Empresas

## Anexo 2-C. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO OFICIAL DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) - por ciclo <u>63</u> - curso	
Denominación (2) 2º ciclo	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
Finanzas Internacionales <i>*(International Finance)</i>	6	4	2	El mercado financiero internacional. Riesgo de cambio y respuestas. Financiación internacional.	Economía Financiera y Contabilidad
Estrategias de Marketing Internacional <i>*(International Marketing Strategies)</i>	4,5	3	1,5	Analizar oportunidades en diferentes mercados seleccionando los mercados más apropiados, diseñando alternativas y estrategias de entrada.	Comercialización e Investigación de Mercados
Economías Latinoamericanas <i>*(Latin-American Economies)</i>	4,5	3	1,5	Introducción a los principales temas y sistemas económicos de los países latinoamericanos	Economía Aplicada
La inversión Inmobiliaria: Claves del éxito	4,5	3	1,5	Análisis del sector inmobiliario y la construcción estableciendo criterios adecuados de la selección de inversiones	Economía Aplicada
Liderazgo <i>*(Leadership)</i>	4,5	3	1,5	Reflexión e identificación de las propias características empresariales y de liderazgo de los participantes.	Organización de Empresas
Sistemas de Control de Gestión <i>*(Management Control Systems)</i>	4,5	3	1,5	El proceso de planificación y control. Estructura de control y centros de responsabilidad. Instrumentos de control.	Economía Financiera y Contabilidad
Gestión de la Diversidad: Desarrollo de Habilidades para un Lugar de Trabajo Multicultural <i>*(Managing Diversity: Developing Skills for the Multicultural Workplace)</i>	4,5	3	1,5	Desarrollar estilos personales eficaces para supervisar y trabajar con personas de diferentes procedencias: raciales, culturales, étnicas, géneros, edad, etc.	Organización de Empresas

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) - por ciclo <u>63</u> - curso	
Denominación (2) 2º ciclo	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
Gestión de Servicios <i>*(Managing Services)</i>	4,5	3	1,5	Entender las diferencias más importantes entre el sector servicios y otros sectores.	Organización de Empresas
Motivación, Valores y Compromiso <i>*(Motivation, Values and Commitment)</i>	4,5	3	1,5	Estudio de la motivación, sistemas de valores y el compromiso.	Psicología Social
Gestión y Liderazgo no Lucrativos <i>*(Non-Profit Management and Leadership)</i>	4,5	3	1,5	Temas clave en la gestión de empresas no lucrativas, a través de la visión de los directivos y líderes de estas instituciones.	Organización de Empresas
Organizaciones, Culturas y Mercados	4,5	3	1,5	Comprensión adecuado de los aspectos culturales implicados en la gestión empresarial.	Organización de Empresas
Plan de Elaboración de una Tesina de Licenciatura	4,5	3	1,5	Implementación de métodos y técnicas para la realización de la tesina de Licenciatura	Organización de Empresas
Política de Personal: Sistemas y Herramientas de RRHH	4,5	3	1,5	Conocer, identificar, desarrollar y gestionar políticas y herramientas de recursos humanos.	Organización de Empresas
Relaciones Humanas: Análisis del Comportamiento de las Personas	4,5	3	1,5	Identificar claves que motivan el comportamiento humano desde aspectos personales y profesionales.	Psicología Social

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) - por ciclo <u>63</u> - curso	
Denominación (2) 2º ciclo	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
Gestión del Comercio Minorista <i>*(Retail Management)</i>	4,5	3	1,5	Decisiones estratégicas, operacionales y de gestión en las ventas y distribución	Comercialización e Investigación de Mercados
La Dirección de Personas en un Entorno Global Diverso <i>*(The Management of People in a Diverse Global Environment)</i>	4,5	3	1,5	Dirección de personas en entornos culturales distintos y la dirección de sus carreras profesionales.	Organización de Empresas
Marketing Empresa-Cliente y Gestión por Categorías de Producto <i>*(Trade &amp; Category Management)</i>	4,5	3	1,5	Relaciones proveedor y distribuidor en las áreas funcionales marketing y ventas. Desarrollo de proyectos de colaboración proveedor/distribuidor.	Comercialización e Investigación de Mercados

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclos o curso.

(2) Se mencionará entre paréntesis, tras la denominación de la optativa, el curso o ciclo que corresponda si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

(\*) Asignaturas que se imparten en Inglés