

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE	CENTRO	CÓDIGO CENTRO	
Universidad de Navarra	Facultad de Comunicación	31006612	
NIVEL	DENOMINACIÓN CORTA		
Máster	Reputación Corporativa		
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Reputación Corporativa por la Universidad de Navarra			
RAMA DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO		
Ciencias Sociales y Jurídicas	No		
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS	NORMA HABILITACIÓN		
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
MÓNICA HERRERO SUBÍAS	Decana. Facultad de Comunicación		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF	73200870N		
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
MARÍA JOSÉ SÁNCHEZ DE MIGUEL	Directora Servicio de Calidad e Innovación		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF	06576768X		
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
MÓNICA HERRERO SUBÍAS	Decana. Facultad de Comunicación		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF	73200870N		
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
Campus Universitario, s/n	31009	Pamplona/Iruña	617277759
E-MAIL	PROVINCIA		FAX
mjsanchez@unav.es	Navarra		948425619

3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley 5-1999, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

	En: Navarra, AM 27 de abril de 2017
	Firma: Representante legal de la Universidad

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Reputación Corporativa por la Universidad de Navarra	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

LISTADO DE ESPECIALIDADES

No existen datos

RAMA	ISCED 1	ISCED 2
Ciencias Sociales y Jurídicas	Ciencias sociales y del comportamiento	

NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

AGENCIA EVALUADORA

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación

UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad de Navarra

LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
031	Universidad de Navarra

LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60	0	0
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
0	54	6

LISTADO DE ESPECIALIDADES

ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

1.3. Universidad de Navarra

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
31006612	Facultad de Comunicación

1.3.2. Facultad de Comunicación

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	A DISTANCIA
Sí	No	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	
20	30	

TIEMPO COMPLETO		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	40.0	60.0
RESTO DE AÑOS	40.0	78.0
TIEMPO PARCIAL		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	3.0	39.0
RESTO DE AÑOS	3.0	39.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.unav.edu/documents/11306/6613867/19.+Normativa+general+de+permanencia+grado+y+m%C3%A1ster.pdf		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
GENERALES
CG3 - Definir y comprender los fenómenos sociales, políticos, tecnológicos y económicos desde una perspectiva integradora e interdisciplinar para orientar las relaciones institucionales en una sociedad en constante transformación
CG1 - Desarrollar habilidades personales directivas que permitan el trabajo en equipo para la toma de decisiones que pueden implicar intereses contrapuestos de diferentes grupos de interés en un entorno globalizado
CG2 - Desarrollar la capacidad para el aprendizaje continuo, modificar hábitos y estar abierto al cambio
CG4 - Escuchar y transmitir ideas de manera efectiva, empleando el canal adecuado en el momento oportuno, perfilando el discurso de modo coherente y adaptado a las diferentes audiencias.
CG5 - Resolver problemas complejos y tener un pensamiento crítico aplicado a proponer soluciones creativas.
CG6 - Reconocer y abordar los dilemas éticos y de responsabilidad social de forma adecuada, aplicando los principios deontológicos y los valores organizativos.
CG7 - Desarrollar un liderazgo fundado en la generosidad, la creatividad, el entusiasmo y el ejemplo a través del propio comportamiento así como de la capacidad para crear un clima de confianza entre los colaboradores que impulse cambios con responsabilidad personal
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
No existen datos
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE1 - Desarrollar la capacidad de tomar decisiones que afecten a la reputación corporativa (establecer criterios, crear, identificar, evaluar opciones, aplicar y revisar las decisiones tomadas) trabajando en equipo y bajo un prisma interdisciplinar
CE2 - Conocer y comprender las áreas de finanzas, contabilidad, operaciones, marketing y dirección comercial, de modo que sea posible valorar los estados financieros e incorporar indicadores intangibles para medir aspectos fundamentales para el crecimiento de la organización
CE3 - Responder con transparencia y utilizando las narrativas apropiadas para gestionar los intangibles, cultivar la reputación y relacionarse con los públicos de interés (stakeholders) de la corporación.
CE4 - Conocer los avances en métodos de investigación y de ingeniería aplicados a la medición y conocimiento del entorno para detectar sus tendencias.
CE5 - Diseñar y gestionar proyectos de comunicación integrales, con especial foco en la planificación estratégica, aplicando la creatividad y los nuevos procedimientos narrativos
CE6 - Gestionar la marca de cualquier tipo de organización aplicando técnicas y estrategias dirigidas a aumentar su valor, según las métricas y parámetros reconocidos.
CE7 - Conocer e identificar los riesgos reputacionales y saber detectar las situaciones de crisis para diseñar estrategias adecuadas teniendo en cuenta la identidad institucional, el entorno social, los efectos a largo plazo y el bien común
CE8 - Conocer los marcos legal y deontológico de la información no financiera que hacen hincapié en los riesgos reputacionales, para establecer las políticas y procedimientos que garanticen el cumplimiento del marco normativo aplicable por parte de la organización, incluidos sus directivos, empleados y agentes vinculados

CE9 - Conocer y comprender las principales métricas relativas a los valores intangibles para medir la reputación de una corporación, con especial atención al entorno digital, y compararlo con la de sus colegas o competidores

CE10 - Comprender el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones e identificar y tratar de manera efectiva su identidad y la cultura corporativa.

CE11 - Conocer los valores intangibles y su relevancia en las corporaciones, la adopción de criterios a largo plazo y el compromiso con el bien común.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo I.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

4.2. Requisitos de acceso y criterios de admisión

El proceso de solicitud para la admisión de candidatos al Máster en Reputación Corporativa se abre en el mes de octubre y concluye en septiembre.

Tanto el procedimiento de admisión como las pruebas y requisitos de acceso se han elaborado conforme a lo prescrito por los artículos 16 y 17 del RD 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010. En este sentido, los estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de la discapacidad contarán en el proceso de admisión con un asesor académico que evaluará la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos.

A. Requisitos de acceso

Vías de acceso según lo previsto por el RD 1393/2007:

1. Para acceder a las enseñanzas oficiales de Máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior perteneciente a otro Estado integrante del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el mismo para el acceso a enseñanzas de Máster.
2. Así mismo, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de Máster.

B. Procedimiento de admisión

1. Recepción de las solicitudes de admisión en la aplicación informática gestionada por el Servicio de Admisión de la Universidad de Navarra, con la colaboración de la Secretaría de la Facultad de Comunicación.
2. Registro de la admisión en la aplicación informática de la secretaría del Máster.
3. Informe del Comité de Dirección del Máster en Reputación Corporativa.
4. Envío resolución de la solicitud de admisión a la Comisión de Estudios de Posgrado.
5. Las admisiones se notificarán a los interesados antes del 6 de julio. A partir de esa fecha se remitirán a medida que se vayan resolviendo.
6. Comunicación de la Comisión de Estudios de Posgrado (que resuelve la admisión por delegación del Rectorado) por la que se ratifica la admisión de los alumnos.
7. Notificación de la admisión desde los respectivos Centros. En la carta de admisión se incorpora el usuario y contraseña provisional que asigna la Gestión Académica al alumno, la dirección web en la que el alumno puede dar de alta su expediente y el plazo de matrícula. Desde ese preciso momento se sigue un proceso que incluye: envío de información acerca del programa (contenidos, actividades complementarias), atención y respuesta a la información que personalmente demande cada candidato, así como guía acerca del proceso y pruebas de admisión.

La solicitud de admisión se puede solicitar en cualquier momento del año.

Como ya se ha comentado, los estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad contarán en el proceso de admisión con un asesor académico que evaluará la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos.

C. Criterios de admisión

La selección de estudiantes se realiza de acuerdo a la valoración ponderada de los siguientes elementos, cada uno de ellos puntuable en una escala de 1 a 5, dando por hecho que todos los candidatos cumplen los requisitos básicos comentados:

- Currículum académico (30%)

- Currículum profesional en especial dentro del campo de la comunicación, así como la orientación del candidato hacia los campos relacionados con la temática del Máster (30%)

- Resultado de las pruebas de admisión (30%)

- Cartas de recomendación (10%)

Estos requisitos se valorarán en una entrevista de admisión cuyo objetivo es revisar su currículum académico y profesional, valorar la motivación del candidato, las capacidades de estudio, trabajo en equipo, creatividad y liderazgo, así como la habilidad de comunicación y madurez personal. La entrevista personal se realiza de forma presencial en las sedes de la Universidad de Navarra de Madrid o Pamplona o mediante video-conferencia para los candidatos de otros países.

Las pruebas de admisión que se indican en el baremo consistirán en la resolución de un caso de una temática relacionada con el contenido del programa donde se valorará principalmente la argumentación, la claridad analítica y la capacidad de síntesis.

Los alumnos acrediten un nivel de inglés mínimo de First Certificate (B2) de la Universidad de Cambridge, u otros que se consideren equivalentes según el criterio del Instituto de Idiomas de la Universidad de Navarra.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

4.3. Apoyo a estudiantes

Cada alumno tiene asignado un grupo de trabajo y un Asesor Académico. Corresponde a la Junta Directiva seguir el rendimiento del alumno en las tres dimensiones

- Adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar tareas directivas encargadas de la reputación de la organización.
- Desarrollar habilidades directivas.
- Potenciar actitudes necesarias para el desempeño del trabajo del cultivo de la reputación la gestión de intangibles.

El asesor Académico y el Director del Programa deben ayudar a concretar los métodos de trabajo y los enfoques para su trabajo individual. Es también parte de su labor hacer que el equipo funcione como un grupo de trabajo eficiente y cohesionado y donde cada uno de los integrantes pueda aportar sus conocimientos y aptitudes al resto con clara vocación de servicio mutuo.

Para ello, al comienzo del curso se asignará a cada uno de los alumnos un tutor académico, perteneciente al claustro de profesores del máster, que le asistirá a lo largo de toda la titulación. La atención individualizada al alumno como protagonista principal de su propia formación resulta clave en un programa de posgrado que tiene un número reducido de alumnos. Se informará al alumno de esta asignación en la comunicación oficial de admisión, y se le dará la opción de modificarla previa exposición de sus motivos. La asignación de tutor correrá a cargo de la Junta de Dirección del MRC

El asesoramiento académico personalizado es un sistema de apoyo disponible para el alumno cuyo objetivo es mejorar su rendimiento académico, facilitar su reintegración en la vida universitaria, y colaborar en su formación cultural, humana y profesional. Esta atención personalizada al alumno comprende los siguientes aspectos:

- asesoramiento sobre la metodología de trabajo intelectual;
- asesoramiento y guía para la realización de los trabajos del Master;
- ayuda y orientación para resolver procesos administrativos;
- información sobre las posibilidades formativas de la Universidad de Navarra (cursos, actividades sociales, culturales y deportivas, etc.);

Para los alumnos no españoles, la Universidad de Navarra cuenta además con un Servicio de Relaciones Internacionales que guía al nuevo alumno, le ayuda en cuanto a los posibles problemas de adaptación, e incluso facilita la gestión de los trámites burocráticos para obtener el permiso de residencia, si esto es necesario. La página web del servicio (www.unav.es/internacional) contiene consejos prácticos para la llegada a España.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

I. Reconocimiento de créditos:

1. Podrán reconocerse los estudios cursados en otros planes de estudio conducentes a la obtención de titulaciones oficiales de máster, en la Universidad de Navarra o en cualquier otro centro universitario que imparta esas titulaciones, o equivalentes.

2. También podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales o en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.

La experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título.

El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios. El reconocimiento de estos créditos no incorporará calificación de los mismos por lo que no computarán a efectos de baremación del expediente. No obstante lo anterior, los créditos procedentes de títulos propios podrán, excepcionalmente, ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior o en su caso en su totalidad siempre y cuando el correspondiente título propio haya sido extinguido y sustituido por un título oficial. La memoria de verificación de este título oficial deberá recoger tal circunstancia así como la información preceptiva al respecto.

3. En ningún caso podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes al trabajo de fin de máster.

4. Además de las señaladas, se reconocen las materias cursadas en otra Universidad, en el marco de un programa de intercambio o convenio suscrito por la

Universidad.

5. Estos reconocimientos tendrán reflejo en el expediente académico del alumno y computarán a fin de obtener el título oficial, después de abonar los derechos que en su caso se establezcan.

II. Transferencia de créditos:

6. También se incluirán en su expediente académico la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

7. Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursados en cualquier universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente título, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título.

III. Procedimiento:

1. El alumno deberá presentar su solicitud de reconocimiento en las Oficinas Generales de la universidad para su registro. Junto a la solicitud adjuntará el certificado académico que acredite la superación de los estudios que desea reconocer y el programa de los mismos. Las Oficinas Generales enviarán el expediente de reconocimiento al centro responsable del máster.

La Comisión de reconocimiento del máster evaluará las competencias adquiridas en los estudios previos y emitirá el preceptivo informe de reconocimiento.

Visto el informe de reconocimiento el Rectorado emitirá la correspondiente resolución. Las Oficinas Generales la comunicarán al alumno por correo postal y por correo electrónico.

IV. Comisión de reconocimiento:

1. Cada máster contará con una comisión de reconocimiento designada por el

Centro responsable, que realizará el pertinente estudio de competencias acreditadas para la emisión del informe de reconocimiento.

4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS

No aplica.

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 5: Anexo 1.		
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
Clases presenciales		
Resolución de casos prácticos: preparación personal, discusión en equipo, debate y resolución en clase dirigidos por el profesor		
Seminarios o talleres prácticos		
Análisis de documentación especializada: estudio personal; comentario, debate y conclusiones en clase dirigidos por el profesor		
Trabajos prácticos dirigidos o proyectos en equipo		
Tutorías personalizadas		
Estudio personal		
Evaluación		
Elaboración y defensa oral y pública del Trabajo Fin de Máster		
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Valoración de las Intervenciones en clases, seminarios y casos prácticos		
Valoración de Trabajos individuales y/o en equipo		
Realización de exámenes		
Valoración de la elaboración y defensa del Trabajo Fin de Master		
5.5 NIVEL 1: Módulo I: Fundamentos de la dirección		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Materia 1.1: Liderazgo y personas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

5.5.1.3 CONTENIDOS		
En esta materia se impartirán los siguientes contenidos:		
- Dirección de personas		
- Dirección estratégica de comunicación y liderazgo		
- Gestión del cambio		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
Al menos 2 ECTS se impartirán en inglés.		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG3 - Definir y comprender los fenómenos sociales, políticos, tecnológicos y económicos desde una perspectiva integradora e interdisciplinar para orientar las relaciones institucionales en una sociedad en constante transformación		
CG1 - Desarrollar habilidades personales directivas que permitan el trabajo en equipo para la toma de decisiones que pueden implicar intereses contrapuestos de diferentes grupos de interés en un entorno globalizado		
CG2 - Desarrollar la capacidad para el aprendizaje continuo, modificar hábitos y estar abierto al cambio		
CG4 - Escuchar y transmitir ideas de manera efectiva, empleando el canal adecuado en el momento oportuno, perfilando el discurso de modo coherente y adaptado a las diferentes audiencias.		
CG5 - Resolver problemas complejos y tener un pensamiento crítico aplicado a proponer soluciones creativas.		
CG7 - Desarrollar un liderazgo fundado en la generosidad, la creatividad, el entusiasmo y el ejemplo a través del propio comportamiento así como de la capacidad para crear un clima de confianza entre los colaboradores que impulse cambios con responsabilidad personal		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Desarrollar la capacidad de tomar decisiones que afecten a la reputación corporativa (establecer criterios, crear, identificar, evaluar opciones, aplicar y revisar las decisiones tomadas) trabajando en equipo y bajo un prisma interdisciplinar		
CE10 - Comprender el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones e identificar y tratar de manera efectiva su identidad y la cultura corporativa.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases presenciales	6	100
Resolución de casos prácticos: preparación personal, discusión en equipo, debate y resolución en clase dirigidos por el profesor	80	80
Trabajos prácticos dirigidos o proyectos en equipo	31	10
Tutorías personalizadas	10	100

Estudio personal	20	0
Evaluación	3	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Valoración de las Intervenciones en clases, seminarios y casos prácticos	50.0	90.0
Valoración de Trabajos individuales y/o en equipo	10.0	50.0
Realización de exámenes	0.0	40.0
NIVEL 2: Materia 1.2: Estrategia		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
4,5		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Los contenidos giran en torno a los conocimientos sobre la gobernanza de las organizaciones que dotan de visión para gestionar los intangibles y que se articulan en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • análisis de situaciones de negocio • comportamiento de las organizaciones • cuestiones éticas de la acción directiva y responsabilidad social corporativa • dirección de operaciones. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG3 - Definir y comprender los fenómenos sociales, políticos, tecnológicos y económicos desde una perspectiva integradora e interdisciplinar para orientar las relaciones institucionales en una sociedad en constante transformación		

CG1 - Desarrollar habilidades personales directivas que permitan el trabajo en equipo para la toma de decisiones que pueden implicar intereses contrapuestos de diferentes grupos de interés en un entorno globalizado		
CG2 - Desarrollar la capacidad para el aprendizaje continuo, modificar hábitos y estar abierto al cambio		
CG4 - Escuchar y transmitir ideas de manera efectiva, empleando el canal adecuado en el momento oportuno, perfilando el discurso de modo coherente y adaptado a las diferentes audiencias.		
CG5 - Resolver problemas complejos y tener un pensamiento crítico aplicado a proponer soluciones creativas.		
CG6 - Reconocer y abordar los dilemas éticos y de responsabilidad social de forma adecuada, aplicando los principios deontológicos y los valores organizativos.		
CG7 - Desarrollar un liderazgo fundado en la generosidad, la creatividad, el entusiasmo y el ejemplo a través del propio comportamiento así como de la capacidad para crear un clima de confianza entre los colaboradores que impulse cambios con responsabilidad personal		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Desarrollar la capacidad de tomar decisiones que afecten a la reputación corporativa (establecer criterios, crear, identificar, evaluar opciones, aplicar y revisar las decisiones tomadas) trabajando en equipo y bajo un prisma interdisciplinar		
CE5 - Diseñar y gestionar proyectos de comunicación integrales, con especial foco en la planificación estratégica, aplicando la creatividad y los nuevos procedimientos narrativos		
CE10 - Comprender el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones e identificar y tratar de manera efectiva su identidad y la cultura corporativa.		
CE11 - Conocer los valores intangibles y su relevancia en las corporaciones, la adopción de criterios a largo plazo y el compromiso con el bien común.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases presenciales	8	100
Resolución de casos prácticos: preparación personal, discusión en equipo, debate y resolución en clase dirigidos por el profesor	33	80
Trabajos prácticos dirigidos o proyectos en equipo	13	70
Tutorías personalizadas	8.5	100
Estudio personal	45	0
Evaluación	5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA

Valoración de las Intervenciones en clases, seminarios y casos prácticos	60.0	90.0
Valoración de Trabajos individuales y/o en equipo	10.0	40.0
Realización de exámenes	0.0	30.0
NIVEL 2: Materia 1.3: Contabilidad y finanzas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
4		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta materia aborda los conceptos económicos necesarios para evaluar e interpretar decisiones económicas y financieras. Para ello ofrece las herramientas para interpretar datos y diagnosticar situaciones financieras de la empresa. Entre los temas tratados se encuentran los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -análisis fundamentales que permiten estructurar lógicamente un sistema de costes -Elaboración de la información e interpretación económica de la realidad -El área financiera de la empresa desde un punto de vista de estrategia corporativa -Establecer de forma numérica la estrategia de las empresas y facilitar la toma de decisiones. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG3 - Definir y comprender los fenómenos sociales, políticos, tecnológicos y económicos desde una perspectiva integradora e interdisciplinar para orientar las relaciones institucionales en una sociedad en constante transformación		
CG1 - Desarrollar habilidades personales directivas que permitan el trabajo en equipo para la toma de decisiones que pueden implicar intereses contrapuestos de diferentes grupos de interés en un entorno globalizado		
CG5 - Resolver problemas complejos y tener un pensamiento crítico aplicado a proponer soluciones creativas.		

CG7 - Desarrollar un liderazgo fundado en la generosidad, la creatividad, el entusiasmo y el ejemplo a través del propio comportamiento así como de la capacidad para crear un clima de confianza entre los colaboradores que impulse cambios con responsabilidad personal		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Desarrollar la capacidad de tomar decisiones que afecten a la reputación corporativa (establecer criterios, crear, identificar, evaluar opciones, aplicar y revisar las decisiones tomadas) trabajando en equipo y bajo un prisma interdisciplinar		
CE2 - Conocer y comprender las áreas de finanzas, contabilidad, operaciones, marketing y dirección comercial, de modo que sea posible valorar los estados financieros e incorporar indicadores intangibles para medir aspectos fundamentales para el crecimiento de la organización		
CE10 - Comprender el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones e identificar y tratar de manera efectiva su identidad y la cultura corporativa.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases presenciales	8	100
Resolución de casos prácticos: preparación personal, discusión en equipo, debate y resolución en clase dirigidos por el profesor	32	80
Trabajos prácticos dirigidos o proyectos en equipo	11	70
Tutorías personalizadas	6	100
Estudio personal	40	0
Evaluación	3	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Valoración de las Intervenciones en clases, seminarios y casos prácticos	70.0	90.0
Valoración de Trabajos individuales y/o en equipo	10.0	30.0
Realización de exámenes	0.0	20.0
NIVEL 2: Materia 1.4: Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3,5	

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3,5		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta materia comprende los contenidos relacionados con:</p> <ul style="list-style-type: none"> - las herramientas del marketing, concepto, sus variables, aplicaciones e interrelaciones - marketing online, dado su papel en el mercado actual. - dirección comercial y de marketing en las organizaciones. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG3 - Definir y comprender los fenómenos sociales, políticos, tecnológicos y económicos desde una perspectiva integradora e interdisciplinar para orientar las relaciones institucionales en una sociedad en constante transformación		
CG1 - Desarrollar habilidades personales directivas que permitan el trabajo en equipo para la toma de decisiones que pueden implicar intereses contrapuestos de diferentes grupos de interés en un entorno globalizado		
CG2 - Desarrollar la capacidad para el aprendizaje continuo, modificar hábitos y estar abierto al cambio		
CG4 - Escuchar y transmitir ideas de manera efectiva, empleando el canal adecuado en el momento oportuno, perfilando el discurso de modo coherente y adaptado a las diferentes audiencias.		
CG5 - Resolver problemas complejos y tener un pensamiento crítico aplicado a proponer soluciones creativas.		
CG7 - Desarrollar un liderazgo fundado en la generosidad, la creatividad, el entusiasmo y el ejemplo a través del propio comportamiento así como de la capacidad para crear un clima de confianza entre los colaboradores que impulse cambios con responsabilidad personal		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Desarrollar la capacidad de tomar decisiones que afecten a la reputación corporativa (establecer criterios, crear, identificar, evaluar opciones, aplicar y revisar las decisiones tomadas) trabajando en equipo y bajo un prisma interdisciplinar		
CE2 - Conocer y comprender las áreas de finanzas, contabilidad, operaciones, marketing y dirección comercial, de modo que sea posible valorar los estados financieros e incorporar indicadores intangibles para medir aspectos fundamentales para el crecimiento de la organización		
CE10 - Comprender el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones e identificar y tratar de manera efectiva su identidad y la cultura corporativa.		
CE11 - Conocer los valores intangibles y su relevancia en las corporaciones, la adopción de criterios a largo plazo y el compromiso con el bien común.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases presenciales	6	100
Resolución de casos prácticos: preparación personal, discusión en equipo, debate y resolución en clase dirigidos por el profesor	31	80
Trabajos prácticos dirigidos o proyectos en equipo	8	70
Tutorías personalizadas	5	100
Estudio personal	35	0
Evaluación	2	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Valoración de las Intervenciones en clases, seminarios y casos prácticos	70.0	90.0
Valoración de Trabajos individuales y/o en equipo	10.0	30.0
Realización de exámenes	0.0	20.0
5.5 NIVEL 1: Módulo II: Gestión de los intangibles y reputación		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Materia 2.1: Intangibles		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
2	2	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>En la materia se exploran los intangibles, su conceptualización y su interrelación con la gestión estratégica y transversal en las organizaciones, teniendo en cuenta su impacto en la reputación. Se presta especial atención a las tendencias en la evaluación y las métricas necesarias para una correcta gestión de los mismos.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Desarrollar habilidades personales directivas que permitan el trabajo en equipo para la toma de decisiones que pueden implicar intereses contrapuestos de diferentes grupos de interés en un entorno globalizado		
CG2 - Desarrollar la capacidad para el aprendizaje continuo, modificar hábitos y estar abierto al cambio		
CG4 - Escuchar y transmitir ideas de manera efectiva, empleando el canal adecuado en el momento oportuno, perfilando el discurso de modo coherente y adaptado a las diferentes audiencias.		
CG5 - Resolver problemas complejos y tener un pensamiento crítico aplicado a proponer soluciones creativas.		
CG7 - Desarrollar un liderazgo fundado en la generosidad, la creatividad, el entusiasmo y el ejemplo a través del propio comportamiento así como de la capacidad para crear un clima de confianza entre los colaboradores que impulse cambios con responsabilidad personal		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Desarrollar la capacidad de tomar decisiones que afecten a la reputación corporativa (establecer criterios, crear, identificar, evaluar opciones, aplicar y revisar las decisiones tomadas) trabajando en equipo y bajo un prisma interdisciplinar		
CE3 - Responder con transparencia y utilizando las narrativas apropiadas para gestionar los intangibles, cultivar la reputación y relacionarse con los públicos de interés (stakeholders) de la corporación.		
CE6 - Gestionar la marca de cualquier tipo de organización aplicando técnicas y estrategias dirigidas a aumentar su valor, según las métricas y parámetros reconocidos.		

CE9 - Conocer y comprender las principales métricas relativas a los valores intangibles para medir la reputación de una corporación, con especial atención al entorno digital, y compararlo con la de sus colegas o competidores		
CE10 - Comprender el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones e identificar y tratar de manera efectiva su identidad y la cultura corporativa.		
CE11 - Conocer los valores intangibles y su relevancia en las corporaciones, la adopción de criterios a largo plazo y el compromiso con el bien común.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases presenciales	20	100
Resolución de casos prácticos: preparación personal, discusión en equipo, debate y resolución en clase dirigidos por el profesor	10	80
Trabajos prácticos dirigidos o proyectos en equipo	25	100
Tutorías personalizadas	7	100
Estudio personal	35	0
Evaluación	3	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Valoración de las Intervenciones en clases, seminarios y casos prácticos	20.0	70.0
Valoración de Trabajos individuales y/o en equipo	30.0	70.0
Realización de exámenes	0.0	30.0
NIVEL 2: Materia 2.2: Reputación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	9	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
5	4	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
5.5.1.3 CONTENIDOS
<p>Los contenidos de esta materia giran en torno a los fundamentos conceptuales que explican el cultivo de la reputación:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Nociones de identidad, cultura, imagen y visión que dan forma a las narrativas corporativas. -Metodologías de gestión de marca -Gestión relacional <i>multi-stakeholder</i> -<i>Issues management</i> -Análisis de riesgos -Gestión de crisis
5.5.1.4 OBSERVACIONES
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - Desarrollar habilidades personales directivas que permitan el trabajo en equipo para la toma de decisiones que pueden implicar intereses contrapuestos de diferentes grupos de interés en un entorno globalizado
CG2 - Desarrollar la capacidad para el aprendizaje continuo, modificar hábitos y estar abierto al cambio
CG4 - Escuchar y transmitir ideas de manera efectiva, empleando el canal adecuado en el momento oportuno, perfilando el discurso de modo coherente y adaptado a las diferentes audiencias.
CG5 - Resolver problemas complejos y tener un pensamiento crítico aplicado a proponer soluciones creativas.
CG6 - Reconocer y abordar los dilemas éticos y de responsabilidad social de forma adecuada, aplicando los principios deontológicos y los valores organizativos.
CG7 - Desarrollar un liderazgo fundado en la generosidad, la creatividad, el entusiasmo y el ejemplo a través del propio comportamiento así como de la capacidad para crear un clima de confianza entre los colaboradores que impulse cambios con responsabilidad personal
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE1 - Desarrollar la capacidad de tomar decisiones que afecten a la reputación corporativa (establecer criterios, crear, identificar, evaluar opciones, aplicar y revisar las decisiones tomadas) trabajando en equipo y bajo un prisma interdisciplinar
CE3 - Responder con transparencia y utilizando las narrativas apropiadas para gestionar los intangibles, cultivar la reputación y relacionarse con los públicos de interés (stakeholders) de la corporación.
CE6 - Gestionar la marca de cualquier tipo de organización aplicando técnicas y estrategias dirigidas a aumentar su valor, según las métricas y parámetros reconocidos.
CE7 - Conocer e identificar los riesgos reputacionales y saber detectar las situaciones de crisis para diseñar estrategias adecuadas teniendo en cuenta la identidad institucional, el entorno social, los efectos a largo plazo y el bien común

CE9 - Conocer y comprender las principales métricas relativas a los valores intangibles para medir la reputación de una corporación, con especial atención al entorno digital, y compararlo con la de sus colegas o competidores		
CE10 - Comprender el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones e identificar y tratar de manera efectiva su identidad y la cultura corporativa.		
CE11 - Conocer los valores intangibles y su relevancia en las corporaciones, la adopción de criterios a largo plazo y el compromiso con el bien común.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases presenciales	41	100
Resolución de casos prácticos: preparación personal, discusión en equipo, debate y resolución en clase dirigidos por el profesor	15	80
Trabajos prácticos dirigidos o proyectos en equipo	69	70
Tutorías personalizadas	16	100
Estudio personal	80	0
Evaluación	4	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Valoración de las Intervenciones en clases, seminarios y casos prácticos	20.0	50.0
Valoración de Trabajos individuales y/o en equipo	35.0	70.0
Realización de exámenes	0.0	45.0
NIVEL 2: Materia 2.3: Transparencia		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
2	2	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
5.5.1.3 CONTENIDOS
<p>Los contenidos de esta materia se articulan en dos grandes bloques:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La relación de la transparencia con la cultura de la organización y la toma de decisiones. -La rendición de cuentas mediante reportes integrados y comprensión del entorno normativo legal y ético.
5.5.1.4 OBSERVACIONES
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - Desarrollar habilidades personales directivas que permitan el trabajo en equipo para la toma de decisiones que pueden implicar intereses contrapuestos de diferentes grupos de interés en un entorno globalizado
CG2 - Desarrollar la capacidad para el aprendizaje continuo, modificar hábitos y estar abierto al cambio
CG4 - Escuchar y transmitir ideas de manera efectiva, empleando el canal adecuado en el momento oportuno, perfilando el discurso de modo coherente y adaptado a las diferentes audiencias.
CG5 - Resolver problemas complejos y tener un pensamiento crítico aplicado a proponer soluciones creativas.
CG6 - Reconocer y abordar los dilemas éticos y de responsabilidad social de forma adecuada, aplicando los principios deontológicos y los valores organizativos.
CG7 - Desarrollar un liderazgo fundado en la generosidad, la creatividad, el entusiasmo y el ejemplo a través del propio comportamiento así como de la capacidad para crear un clima de confianza entre los colaboradores que impulse cambios con responsabilidad personal
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE1 - Desarrollar la capacidad de tomar decisiones que afecten a la reputación corporativa (establecer criterios, crear, identificar, evaluar opciones, aplicar y revisar las decisiones tomadas) trabajando en equipo y bajo un prisma interdisciplinar
CE3 - Responder con transparencia y utilizando las narrativas apropiadas para gestionar los intangibles, cultivar la reputación y relacionarse con los públicos de interés (stakeholders) de la corporación.
CE7 - Conocer e identificar los riesgos reputacionales y saber detectar las situaciones de crisis para diseñar estrategias adecuadas teniendo en cuenta la identidad institucional, el entorno social, los efectos a largo plazo y el bien común
CE8 - Conocer los marcos legal y deontológico de la información no financiera que hacen hincapié en los riesgos reputacionales, para establecer las políticas y procedimientos que garanticen el cumplimiento del marco normativo aplicable por parte de la organización, incluidos sus directivos, empleados y agentes vinculados
CE10 - Comprender el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones e identificar y tratar de manera efectiva su identidad y la cultura corporativa.
CE11 - Conocer los valores intangibles y su relevancia en las corporaciones, la adopción de criterios a largo plazo y el compromiso con el bien común.
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases presenciales	20	100
Resolución de casos prácticos: preparación personal, discusión en equipo, debate y resolución en clase dirigidos por el profesor	10	80
Trabajos prácticos dirigidos o proyectos en equipo	30	70
Tutorías personalizadas	7	100
Estudio personal	30	0
Evaluación	3	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Valoración de las Intervenciones en clases, seminarios y casos prácticos	30.0	50.0
Valoración de Trabajos individuales y/o en equipo	20.0	60.0
Realización de exámenes	0.0	50.0
NIVEL 2: Materia 2.4: Narrativas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	4	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta materia trata diversos aspectos relacionados con las narrativas, desde un enfoque interdisciplinar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -aplicación del análisis del discurso 		

-la generación de contenidos de todo tipo (noticias, ficción, <i>branded content</i> , narrativa <i>transmedia</i>).		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG3 - Definir y comprender los fenómenos sociales, políticos, tecnológicos y económicos desde una perspectiva integradora e interdisciplinaria para orientar las relaciones institucionales en una sociedad en constante transformación		
CG1 - Desarrollar habilidades personales directivas que permitan el trabajo en equipo para la toma de decisiones que pueden implicar intereses contrapuestos de diferentes grupos de interés en un entorno globalizado		
CG2 - Desarrollar la capacidad para el aprendizaje continuo, modificar hábitos y estar abierto al cambio		
CG4 - Escuchar y transmitir ideas de manera efectiva, empleando el canal adecuado en el momento oportuno, perfilando el discurso de modo coherente y adaptado a las diferentes audiencias.		
CG5 - Resolver problemas complejos y tener un pensamiento crítico aplicado a proponer soluciones creativas.		
CG7 - Desarrollar un liderazgo fundado en la generosidad, la creatividad, el entusiasmo y el ejemplo a través del propio comportamiento así como de la capacidad para crear un clima de confianza entre los colaboradores que impulse cambios con responsabilidad personal		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Desarrollar la capacidad de tomar decisiones que afecten a la reputación corporativa (establecer criterios, crear, identificar, evaluar opciones, aplicar y revisar las decisiones tomadas) trabajando en equipo y bajo un prisma interdisciplinar		
CE3 - Responder con transparencia y utilizando las narrativas apropiadas para gestionar los intangibles, cultivar la reputación y relacionarse con los públicos de interés (stakeholders) de la corporación.		
CE4 - Conocer los avances en métodos de investigación y de ingeniería aplicados a la medición y conocimiento del entorno para detectar sus tendencias.		
CE5 - Diseñar y gestionar proyectos de comunicación integrales, con especial foco en la planificación estratégica, aplicando la creatividad y los nuevos procedimientos narrativos		
CE11 - Conocer los valores intangibles y su relevancia en las corporaciones, la adopción de criterios a largo plazo y el compromiso con el bien común.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases presenciales	9	100
Resolución de casos prácticos: preparación personal, discusión en equipo, debate y resolución en clase dirigidos por el profesor	5	80
Seminarios o talleres prácticos	20	100
Trabajos prácticos dirigidos o proyectos en equipo	36.5	70

Tutorías personalizadas	7.5	100
Estudio personal	20	0
Evaluación	2	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Valoración de las Intervenciones en clases, seminarios y casos prácticos	20.0	50.0
Valoración de Trabajos individuales y/o en equipo	50.0	80.0
Realización de exámenes	0.0	30.0
5.5 NIVEL 1: Módulo III: Inteligencia social		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Materia 3.1: Psicología		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
1	4	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta materia comprende los contenidos necesarios para radiografiar las sociedades contemporáneas desde una perspectiva psico-sociológica:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cuestiones generales de psicología y sociología -neurociencia -el análisis del sentimiento de redes -netnografía o etnografía en internet, presentando su utilidad y dilemas éticos que pueden plantear. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		

5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG3 - Definir y comprender los fenómenos sociales, políticos, tecnológicos y económicos desde una perspectiva integradora e interdisciplinar para orientar las relaciones institucionales en una sociedad en constante transformación		
CG1 - Desarrollar habilidades personales directivas que permitan el trabajo en equipo para la toma de decisiones que pueden implicar intereses contrapuestos de diferentes grupos de interés en un entorno globalizado		
CG2 - Desarrollar la capacidad para el aprendizaje continuo, modificar hábitos y estar abierto al cambio		
CG4 - Escuchar y transmitir ideas de manera efectiva, empleando el canal adecuado en el momento oportuno, perfilando el discurso de modo coherente y adaptado a las diferentes audiencias.		
CG5 - Resolver problemas complejos y tener un pensamiento crítico aplicado a proponer soluciones creativas.		
CG6 - Reconocer y abordar los dilemas éticos y de responsabilidad social de forma adecuada, aplicando los principios deontológicos y los valores organizativos.		
CG7 - Desarrollar un liderazgo fundado en la generosidad, la creatividad, el entusiasmo y el ejemplo a través del propio comportamiento así como de la capacidad para crear un clima de confianza entre los colaboradores que impulse cambios con responsabilidad personal		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Desarrollar la capacidad de tomar decisiones que afecten a la reputación corporativa (establecer criterios, crear, identificar, evaluar opciones, aplicar y revisar las decisiones tomadas) trabajando en equipo y bajo un prisma interdisciplinar		
CE4 - Conocer los avances en métodos de investigación y de ingeniería aplicados a la medición y conocimiento del entorno para detectar sus tendencias.		
CE9 - Conocer y comprender las principales métricas relativas a los valores intangibles para medir la reputación de una corporación, con especial atención al entorno digital, y compararlo con la de sus colegas o competidores		
CE10 - Comprender el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones e identificar y tratar de manera efectiva su identidad y la cultura corporativa.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases presenciales	20	100
Análisis de documentación especializada: estudio personal; comentario, debate y conclusiones en clase dirigidos por el profesor	34	50
Trabajos prácticos dirigidos o proyectos en equipo	38	70
Tutorías personalizadas	9	100
Estudio personal	20	0
Evaluación	4	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		

No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Valoración de las Intervenciones en clases, seminarios y casos prácticos	30.0	70.0
Valoración de Trabajos individuales y/o en equipo	30.0	70.0
Realización de exámenes	0.0	40.0
NIVEL 2: Materia 3.2: Economía y política		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
1	4	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta materia se enriquecerá teniendo en cuenta los cambios que se produzcan en estos entornos. Como punto de partida, se tratarán los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cuestiones generales del entorno económico y político -emprendimiento, -la economía colaborativa -la innovación social -el activismo y los movimientos participativos. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG3 - Definir y comprender los fenómenos sociales, políticos, tecnológicos y económicos desde una perspectiva integradora e interdisciplinar para orientar las relaciones institucionales en una sociedad en constante transformación		

CG1 - Desarrollar habilidades personales directivas que permitan el trabajo en equipo para la toma de decisiones que pueden implicar intereses contrapuestos de diferentes grupos de interés en un entorno globalizado		
CG2 - Desarrollar la capacidad para el aprendizaje continuo, modificar hábitos y estar abierto al cambio		
CG4 - Escuchar y transmitir ideas de manera efectiva, empleando el canal adecuado en el momento oportuno, perfilando el discurso de modo coherente y adaptado a las diferentes audiencias.		
CG5 - Resolver problemas complejos y tener un pensamiento crítico aplicado a proponer soluciones creativas.		
CG7 - Desarrollar un liderazgo fundado en la generosidad, la creatividad, el entusiasmo y el ejemplo a través del propio comportamiento así como de la capacidad para crear un clima de confianza entre los colaboradores que impulse cambios con responsabilidad personal		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Desarrollar la capacidad de tomar decisiones que afecten a la reputación corporativa (establecer criterios, crear, identificar, evaluar opciones, aplicar y revisar las decisiones tomadas) trabajando en equipo y bajo un prisma interdisciplinar		
CE10 - Comprender el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones e identificar y tratar de manera efectiva su identidad y la cultura corporativa.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases presenciales	24	100
Análisis de documentación especializada: estudio personal; comentario, debate y conclusiones en clase dirigidos por el profesor	38	50
Tutorías personalizadas	9	100
Estudio personal	50	0
Evaluación	4	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Valoración de las Intervenciones en clases, seminarios y casos prácticos	30.0	60.0
Valoración de Trabajos individuales y/o en equipo	40.0	60.0
Realización de exámenes	0.0	50.0
NIVEL 2: Materia 3.3: Tecnología		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	

ECTS NIVEL 2		5
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
1	4	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>En esta materia se pone el acento en los diversos avances tecnológicos que están transformando la sociedad:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cuestiones generales sobre el entorno tecnológico -Big Data -Analítica web -El internet de las cosas (IoT) -El machine learning, la robótica u otros avances de ingeniería. <p>También se discuten dilemas éticos que pueden plantear estas técnicas.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
Al menos 2 ECTS se impartirán en inglés.		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG3 - Definir y comprender los fenómenos sociales, políticos, tecnológicos y económicos desde una perspectiva integradora e interdisciplinar para orientar las relaciones institucionales en una sociedad en constante transformación		
CG1 - Desarrollar habilidades personales directivas que permitan el trabajo en equipo para la toma de decisiones que pueden implicar intereses contrapuestos de diferentes grupos de interés en un entorno globalizado		
CG2 - Desarrollar la capacidad para el aprendizaje continuo, modificar hábitos y estar abierto al cambio		
CG4 - Escuchar y transmitir ideas de manera efectiva, empleando el canal adecuado en el momento oportuno, perfilando el discurso de modo coherente y adaptado a las diferentes audiencias.		
CG5 - Resolver problemas complejos y tener un pensamiento crítico aplicado a proponer soluciones creativas.		
CG6 - Reconocer y abordar los dilemas éticos y de responsabilidad social de forma adecuada, aplicando los principios deontológicos y los valores organizativos.		
CG7 - Desarrollar un liderazgo fundado en la generosidad, la creatividad, el entusiasmo y el ejemplo a través del propio comportamiento así como de la capacidad para crear un clima de confianza entre los colaboradores que impulse cambios con responsabilidad personal		

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE4 - Conocer los avances en métodos de investigación y de ingeniería aplicados a la medición y conocimiento del entorno para detectar sus tendencias.		
CE10 - Comprender el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones e identificar y tratar de manera efectiva su identidad y la cultura corporativa.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases presenciales	20	100
Resolución de casos prácticos: preparación personal, discusión en equipo, debate y resolución en clase dirigidos por el profesor	6	80
Análisis de documentación especializada: estudio personal; comentario, debate y conclusiones en clase dirigidos por el profesor	34	50
Trabajos prácticos dirigidos o proyectos en equipo	32	100
Tutorías personalizadas	9	100
Estudio personal	20	0
Evaluación	4	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Valoración de las Intervenciones en clases, seminarios y casos prácticos	50.0	80.0
Valoración de Trabajos individuales y/o en equipo	30.0	60.0
Realización de exámenes	0.0	20.0
5.5 NIVEL 1: Módulo IV: Trabajo Fin de Máster		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Materia 4.1: Trabajo Fin de Máster		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	6	

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Los estudiantes realizarán un trabajo fin de máster que les proveerá con herramientas intelectuales, prácticas y técnicas, necesarias para aplicar y transformar posteriormente su campo profesional con una visión renovada e innovadora en la gestión estratégica de las organizaciones, necesaria ante los desafíos del siglo XXI.</p> <p>Desde la perspectiva de los intangibles, el trabajo ayudará a integrar gran parte de los conocimientos impartidos en los módulos previos, desde un punto de vista integral y multidisciplinar.</p> <p>Se hará bajo el planteamiento de un caso u organización particular, con base real. Supondrá una propuesta innovadora de gestión de intangibles, vertebrada desde la dirección estratégica de la comunicación, a fin de retar la tradicional gestión tradicional por silos y responder a los desafíos de una nueva narrativa corporativa ante contextos sociales complejos y dinámicos.</p> <p>Consta de las siguientes fases o estructura:</p> <p>1. Identificación (análisis crítico):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fundamentos de los procesos corporativos (narrativa organizativa: identidad, cultura, visión); - Análisis sobre la gestión, sus consecuencias (ej. de áreas implicadas, dirección de personas, aspectos financieros y no financieros, marca y producto/servicio, responsabilidad social, generación de contenidos, etc.); - Calibración del impacto de los elementos anteriores en los grupos de interés (su reputación y sus comportamientos) e, igualmente, sin perder la perspectiva sobre las consecuencias holísticas en el bien socio-político-económico y cultural. <p>2. Definición y realización. Diseño de un plan estratégico director de gestión de intangibles desde la dirección estratégica de la comunicación como eje transversal y catalizador:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificación, mapa y definición de intangibles implicados en cada caso y su entorno. Interrelación de factores influyentes en la gestión transversal (gobernanza). - Vertebración de pautas y gestión relacional multi-stakeholder. - Articulación de contenidos y canales más relevantes. - Plan posterior de métricas (indicadores) y valoración (metodologías). <p>Durante el desarrollo del TFM los alumnos deberán reunirse periódicamente con el director del equipo en formato de seminarios y elaborar un informe preliminar. Para ello se impartirán sesiones prácticas. En la calificación se tendrá en cuenta, de modo especial, los siguientes puntos: preparación esmerada para las reuniones con el director/a; calidad de las entregas previas; altura intelectual en las deliberaciones; capacidad de trabajo y autonomía</p>		

del equipo; iniciativa; mejora progresiva; actitud de escucha; pertinencia de las alternativas y soluciones presentadas; disposición positiva a la crítica y espíritu constante de superación. Se valorará la presencialidad activa y las intervenciones realizadas (ponderación entre 20% y 40%).

El informe final se presentará de forma oral y escrita. Se valorará: calidad y presentación formal; escritura clara y precisa; correcta disposición de la información; claridad expositiva; riqueza de fuentes y bibliografía empleadas; buen razonamiento, consistencia y realismo de la propuesta y contenidos generales; rigurosidad; creatividad y originalidad (ponderación entre 40% y 50%).

Para la defensa pública se constituirá un tribunal formado por un máximo de cinco profesionales y profesores del Máster. Existe la posibilidad de que se sume un invitado profesional afín al proyecto. Los aspectos que se valorarán son: profesionalidad de las exposiciones (estilo y tono); solvencia en la presentación de datos, propuestas y soluciones; capacidad argumentativa; pertinencia de los apoyos visuales; actitud en la escucha y respuesta ante las cuestiones planteadas por el jurado; originalidad y creatividad (ponderación entre 20% y 30%).

Por tanto, la evaluación del conjunto del TFM, precisa tener en cuenta:

- Presencialidad activa, Intervención en clases, seminarios y clases prácticas, valorando las actuaciones en las reuniones y la preparación del informe preliminar.
- Elaboración y Defensa del Trabajo Fin de Máster, que evalúa tanto el informe final escrito como la defensa pública.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG3 - Definir y comprender los fenómenos sociales, políticos, tecnológicos y económicos desde una perspectiva integradora e interdisciplinar para orientar las relaciones institucionales en una sociedad en constante transformación

CG1 - Desarrollar habilidades personales directivas que permitan el trabajo en equipo para la toma de decisiones que pueden implicar intereses contrapuestos de diferentes grupos de interés en un entorno globalizado

CG4 - Escuchar y transmitir ideas de manera efectiva, empleando el canal adecuado en el momento oportuno, perfilando el discurso de modo coherente y adaptado a las diferentes audiencias.

CG5 - Resolver problemas complejos y tener un pensamiento crítico aplicado a proponer soluciones creativas.

CG6 - Reconocer y abordar los dilemas éticos y de responsabilidad social de forma adecuada, aplicando los principios deontológicos y los valores organizativos.

CG7 - Desarrollar un liderazgo fundado en la generosidad, la creatividad, el entusiasmo y el ejemplo a través del propio comportamiento así como de la capacidad para crear un clima de confianza entre los colaboradores que impulse cambios con responsabilidad personal

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Desarrollar la capacidad de tomar decisiones que afecten a la reputación corporativa (establecer criterios, crear, identificar, evaluar opciones, aplicar y revisar las decisiones tomadas) trabajando en equipo y bajo un prisma interdisciplinar

CE3 - Responder con transparencia y utilizando las narrativas apropiadas para gestionar los intangibles, cultivar la reputación y relacionarse con los públicos de interés (stakeholders) de la corporación.

CE5 - Diseñar y gestionar proyectos de comunicación integrales, con especial foco en la planificación estratégica, aplicando la creatividad y los nuevos procedimientos narrativos

CE6 - Gestionar la marca de cualquier tipo de organización aplicando técnicas y estrategias dirigidas a aumentar su valor, según las métricas y parámetros reconocidos.

CE7 - Conocer e identificar los riesgos reputacionales y saber detectar las situaciones de crisis para diseñar estrategias adecuadas teniendo en cuenta la identidad institucional, el entorno social, los efectos a largo plazo y el bien común

CE8 - Conocer los marcos legal y deontológico de la información no financiera que hacen hincapié en los riesgos reputacionales, para establecer las políticas y procedimientos que garanticen el cumplimiento del marco normativo aplicable por parte de la organización, incluidos sus directivos, empleados y agentes vinculados		
CE9 - Conocer y comprender las principales métricas relativas a los valores intangibles para medir la reputación de una corporación, con especial atención al entorno digital, y compararlo con la de sus colegas o competidores		
CE10 - Comprender el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones e identificar y tratar de manera efectiva su identidad y la cultura corporativa.		
CE11 - Conocer los valores intangibles y su relevancia en las corporaciones, la adopción de criterios a largo plazo y el compromiso con el bien común.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases presenciales	8	100
Tutorías personalizadas	15	100
Elaboración y defensa oral y pública del Trabajo Fin de Máster	127	5
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Valoración de la elaboración y defensa del Trabajo Fin de Master	100.0	100.0

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad de Navarra	Profesor Visitante	6.5	100	66
Universidad de Navarra	Profesor Titular	35.5	100	15
Universidad de Navarra	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	32.3	60	50
Universidad de Navarra	Ayudante Doctor	3.2	100	20
Universidad de Navarra	Catedrático de Universidad	6.4	100	15
Universidad de Navarra	Profesor Contratado Doctor	16.1	100	20
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
97	3	100
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>8.2. Procedimiento general para valorar el progreso y los resultados</p> <p>El procedimiento general de la Universidad de Navarra para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes es el siguiente:</p> <p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Profesores y coordinadores · Junta Directiva de la Facultad · Comisión de Garantía de Calidad (CGC) · Alumnos y egresados · Career services <p>Métodos y temporalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Evaluación habitual llevada a cabo por los profesores (exámenes, preguntas, trabajos, presentaciones orales, tutorías, etc. Trabajos de fin de Grado o Máster. Prácticas externas de los alumnos, en su caso). · Reuniones semestrales o anuales de coordinación y evaluación para valorar si los contenidos y las competencias de las materias son los adecuados y se están impartiendo de una manera eficaz y completa. · La CGC analiza anualmente: 		

- o Tasa de graduación
 - o Tasa de abandono
 - o Tasa de eficiencia
 - o Duración media de los estudios
 - o Tasa de rendimiento
 - o Índice de permanencia
 - o Satisfacción de los alumnos con el programa formativo
 - La Junta Directiva conoce y analiza semestralmente los datos relativos a los resultados académicos de los estudiantes, y anualmente el nivel de satisfacción de éstos. Las conclusiones de la Comisión de Garantía de Calidad son remitidas a la Junta Directiva para la toma de decisiones oportuna.
 - Encuestas de calidad que se realizan anualmente desde la Universidad a los egresados, en las que se valora:
 - o Formación teórica
 - o Adecuación del plan de estudios para adquirir el perfil de egreso
 - o Metodologías docentes
 - o Sistemas de evaluación
 - o Formación práctica
 - o Formación humana
 - o Equilibrio entre la formación teórica y la práctica
 - o Adecuación de la formación a las exigencias del mercado laboral
 - o Calidad global de la titulación
 - o Encuestas que valoran la inserción laboral de los egresados
- Difusión de resultados:**
- En la *Memoria Anual de Análisis de Resultados*.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://www.unav.edu/web/facultad-de-comunicacion/sistema-de-garantia-de-calidad
---------------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2017
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
No aplica.	
10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
73200870N	MÓNICA	HERRERO	SUBÍAS
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Edificio Ciencias Sociales. Campus Universidad de Navarra	31009	Navarra	Pamplona/Iruña
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO

moherrero@unav.es	686181347	948425619	Decana. Facultad de Comunicación
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
06576768X	MARÍA JOSÉ	SÁNCHEZ	DE MIGUEL
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Campus Universitario, s/n	31009	Navarra	Pamplona/Iruña
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
mjsanchez@unav.es	617277759	948425619	Directora Servicio de Calidad e Innovación
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Apartado 11: Anexo 1.			
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título es también el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
73200870N	MÓNICA	HERRERO	SUBÍAS
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Edificio Ciencias Sociales. Campus Universidad de Navarra	31009	Navarra	Pamplona/Iruña
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
moherrero@unav.es	686181347	948425619	Decana. Facultad de Comunicación

Apartado 2: Anexo 1

Nombre :2.JustificacionyAlegaciones15062017.pdf

HASH SHA1 :1D5728E6D3F63E32D5E00EAF6354DA65DE0911A2

Código CSV :258938568669383259687141

Ver Fichero: 2.JustificacionyAlegaciones15062017.pdf

Apartado 4: Anexo 1

Nombre : Punto4.1_MásterReputaciónv2.pdf

HASH SHA1 : 3C8DB77E2A9C83117C5E0611EC729504922A1640

Código CSV : 257939556653042409077402

Ver Fichero: Punto4.1_MásterReputaciónv2.pdf

Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5.Planificacion_enseanzas15062017.pdf

HASH SHA1 :68CCB500DBF834EB229522A83C564E26C21E833D

Código CSV :258938395258833445434601

Ver Fichero: 5.Planificacion_enseanzas15062017.pdf

Apartado 6: Anexo 1

Nombre : Punto 6 Profesores_Def2.pdf

HASH SHA1 : 4D0C614140000AB4C22383848AA8D697ED959231

Código CSV : 257991543445067599379429

Ver Fichero: Punto 6 Profesores_Def2.pdf

Apartado 6: Anexo 2

Nombre : Punto6.2_MRC.pdf

HASH SHA1 : B94DD4E7ABFBD01EE369CF93618A424195A9E42C

Código CSV : 257977435919538502671757

Ver Fichero: Punto6.2_MRC.pdf

Apartado 7: Anexo 1

Nombre : Punto7_MRC.pdf

HASH SHA1 : 71124C8CFB1F93BC89F603B0209F23A14C7EEA0B

Código CSV : 257943095076089430177196

Ver Fichero: Punto7_MRC.pdf

Apartado 8: Anexo 1

Nombre : Punto8.1_MRC.pdf

HASH SHA1 : 4D76FE42F5DB8BD1F0D51C1AB7F5194B22442128

Código CSV : 257943234322419023505498

Ver Fichero: Punto8.1_MRC.pdf

Apartado 10: Anexo 1

Nombre : Punto10.1_MRC.pdf

HASH SHA1 : 72A28BE341761BF567B051DB7337BA640F785A3A

Código CSV : 257943621263151788775357

Ver Fichero: Punto10.1_MRC.pdf

Apartado 11: Anexo 1

Nombre : Poder_Pepa_Unai.pdf

HASH SHA1 : 6F1B58732D337F9ADAB8517F8404BCA9B7C8CB8D

Código CSV : 257945451875045888454143

Ver Fichero: Poder_Pepa_Unai.pdf

