

Preste atención a las referencias explicativas indicadas mediante notas a pie del documento (puede ver su contenido al final del documento o situando el cursor sobre el número de nota).



CENTRO DE FORMACIÓN CONTINUA

PROPUESTA DE NUEVA CREACIÓN DE TÍTULO PROPIO

Clase de estudio o titulación	Máster
Denominación	MÁSTER EN TRANSFORMACIÓN Y CONSULTORÍA DE NEGOCIO

Nº EDICIÓN:

Fecha de inicio edición (mes y año):	sept-18
Fecha de finalización (mes y año):	mar-19

Madrid, a <a href="#">Clic aquí.</a>	Aprobación en Junta de Centro en Madrid a <a href="#">Clic aquí.</a>
Firma del Director/es	Fdo. Decano/a, Director de la Facultad o Escuela

Nota Importante:

Para su entrega y registro en el Centro de Formación Continua, el documento de Solicitud deberá presentarse en soporte papel y electrónico incluyendo: (i) Información General, (ii) Información Académica y (iii) Información Económica

Para la cumplimentación de este formulario, téngase en cuenta la «Normativa sobre enseñanzas propias y formación continua de la Universidad Autónoma de Madrid», aprobada por el Consejo de Gobierno de la UAM en fecha 5 de febrero de 2010, en adelante, «Normativa UAM»

[https://www.uam.es/ss/Satellite/es/1242648684748/contenidoFinal/Legislacion\\_y\\_Normativa.htm](https://www.uam.es/ss/Satellite/es/1242648684748/contenidoFinal/Legislacion_y_Normativa.htm)

## 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

### 1.1. Denominación:

MÁSTER EN TRANSFORMACIÓN Y CONSULTORÍA DE NEGOCIO

### 1.2. Universidad/es participantes:

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MADRID

### 1.3. Centro/s, Departamento/s o Instituto/s responsable/s del Programa:

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

### 1.4. Dirección académica <sup>1</sup>.

Codirector: Yolanda Bueno Hernández

Categoría académica: Prof. Colaborador

Universidad o Centro de adscripción: Facultad Ciencias Económicas y Empresariales

Correo electrónico: Yolanda.bueno@uam.es

Número de teléfono: 4322

Codirector: Begoña Santos Urda

Categoría académica: Contratada Doctor

Universidad o Centro de adscripción: Facultad Ciencias Económicas y Empresariales

Correo electrónico: begonna.santos@uam.es

Número de teléfono: 8769

Secretario:

Categoría académica:

Universidad o Centro de adscripción:

Correo electrónico:

Número de teléfono:

Comisión responsable, en su caso (indique los nombres, la categoría y el Centro de adscripción):

1. Vicerrector/a de Estudios de Posgrado. María Teresa Parra Catalán, Facultad de Ciencias.
2. José Ramón Alonso, Managing Director, Accenture
3. Decano/a de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
4. Yolanda Bueno Hernández. Profesor Colaborador. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
5. Begoña Santos Urda. Profesor Contratado Doctor. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Persona de contacto (de entre las anteriores): Yolanda Bueno

#### 1.5. Secretaría administrativa

Nombre: Secretaría Administrativa de Formación Continua

Procedencia: FUAM

Experiencia en puestos de gestión administrativa: SÍ  NO

Correo electrónico: secretaria.formacioncontinua@fuam.es

Número de teléfono: 91 497 3931/3713

1.6. Tipo de enseñanza <sup>2</sup>: Presencial

1.7. Rama del conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

1.8. Número de plazas ofertadas: 60

1.9. Número de becas ofrecidas <sup>3</sup>: 6

1.10. Instituciones o empresas colaboradoras (en su caso):

Nombre de la entidad: ACCENTURE

Indique si es una entidad pública o privada: Privada

Indique si entre sus actividades principales se encuentra la organización o impartición de cursos de formación: SÍ  NO

Persona/s responsable: José Ramón Alonso

Persona/s de contacto en relación con el estudio propio que se propone:

José Ramón Alonso

Dirección Web: jose.r.alonso@accenture.com

Idoneidad de la colaboración propuesta <sup>4</sup> [máx. 2000 caracteres o 30 líneas]:

Accenture es una compañía global, líder en servicios profesionales de estrategia, consultoría, servicios digitales, tecnología y operaciones. Está presente en más de 49 países y 138 oficinas en el mundo. En España tiene más de 40 años de experiencia y en ella trabajan más de 11.000 profesionales. Colabora con más del 75% de empresas del Fortune Global 500 y en España con más del 80% de las empresas del IBEX35. Con experiencia en más de cuarenta sectores y en todas las áreas de negocio de la empresa. Las cifras anteriores la cualifican como una de las primeras opciones profesionales para todos aquellos alumnos interesados por la consultoría.

Accenture, en los últimos años, ha buscado la colaboración de las universidades para dar respuesta a las necesidades que la revolución digital está generando en nuestra sociedad, entre otras, colabora con: la Universidad Politécnica de Madrid creando un espacio "coworking" que genere el desarrollo y generación de soluciones innovadoras basadas en inteligencia artificial; la Universidad Autónoma de

Madrid, con convenios de colaboración tecnológica con la Escuela Politécnica Superior en el ámbito del reconocimiento de patrones, inteligencia artificial, tratamiento digital de las señales y la seguridad biométrica y con la Facultad de Económicas, en la Cátedra UAM-Accenture en Economía y Gestión de la Innovación, con el objeto de favorecer la presencia empresarial en la actividad docente e investigadora de la Universidad y fruto de esta colaboración el "Máster Interuniversitario en Economía y Gestión de la Innovación" y otros muchos convenios con muchas universidades públicas y privadas de nuestro país.

Otro objetivo que comparte con las universidades es lograr una formación lo más adecuada posible a las necesidades del mercado y, por ello, el proyecto de colaboración que se plantea con la ejecución del Máster en Transformación y Consultoría de Negocio, acercaría a nuestros estudiantes a los perfiles de profesionales que se están requiriendo para conducir la transformación y dar forma al futuro generando valor para las organizaciones del sector privado y del público. Tener estudiantes adecuadamente formados que respondan a estas necesidades será garantía de trabajo.

La colaboración que esta empresa aportaría al Master en Transformación y Consultoría de Negocio tendría un doble valor: por una parte la colaboración en la orientación académica hacia los contenidos y metodologías más actuales e innovadores requeridos por las empresas de consultoría para afrontar la transformación digital de la sociedad, aportando la experiencia de sus profesionales sobre el contexto y tendencias de los sectores de actividad más significativos de su actividad profesional; y por otra, el periodo de prácticas ofrecerá a los estudiantes la oportunidad de conocer la realidad del servicio de la consultoría al trabajar de cerca con los clientes, entender los problemas del negocio y desarrollar soluciones utilizando tecnologías nuevas y emergentes, oportunidad que bien podría transformarse en el desarrollo de una carrera profesional de vanguardia.

Más información en:

- [www.accenture.es](http://www.accenture.es)
- [www.incorporate.accenture.com](http://www.incorporate.accenture.com)
- [Twitter.com/AccentureSpain](https://twitter.com/AccentureSpain)
- [Accenture.es/linkedin](http://Accenture.es/linkedin)
- [Facebook.com/Accenture.Spain](https://facebook.com/Accenture.Spain)
- [Youtube.com/AccentureSpain](https://youtube.com/AccentureSpain)
- [Accenture.es/Googleplus](http://Accenture.es/Googleplus)
- [instagram.com/accenture.spain](https://instagram.com/accenture.spain)

#### 1.11. Lugar (centro) de Impartición:

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

#### 1.12. Tiempo de impartición:

Fecha de inicio: 17/09/2018

Unidades temporales (periodos lectivos): Trimestre

Número de Unidades temporales (periodos lectivos): 2 Trimestres

Primer 1 Trimestre:

Fechas: De sept-18 a dic-18

Nº de semanas: 14

Nº horas de docencia por semana: 20

Segundo 2 Trimestre:

Fechas: De ene-19 a mar-19 N° de semanas: 12 N° horas de docencia por semana: 20
Tercer Clic aquí : Fechas: De Clic aquí. a Clic aquí. N° de semanas: 0 N° horas de docencia por semana: 0
Cuarto Clic aquí : Fechas: De Clic aquí. a Clic aquí. N° de semanas: 0 N° horas de docencia por semana: 0

### 1.13. Precios y plazos de preinscripción, matrícula y pago

N° de créditos ECTS	Precio por crédito	Precio total
60 ECTS	115 €	6.900 €

Plazo de preinscripción	Desde 15/05/2018	Hasta 30/06/2018
Plazo de admisión	Desde 30/06/2018	Hasta 12/07/2018
Plazo de matrícula	Desde 13/07/2018	Hasta 27/07/2018

Plazo/s de pago	¿Pago único o fraccionado? ÚNICO <input type="checkbox"/> FRACCIONADO <input checked="" type="checkbox"/>	
Pago único	Hasta	0 €
Pago fraccionado	1er plazo hasta 27/07/2018	2760 €
	2do plazo hasta 31/10/2018	2070 €
	3er plazo hasta 31/01/2019	2070 €

## 2. JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO PROPUESTO

### 2.1 Interés académico y/o profesional <sup>5</sup> [máx. 3000 caracteres o 40 líneas]

Una de las certezas dentro de la economía digital, es que el modelo que puede generar desarrollo económico y crear empleo en nuestro país es la transformación digital de las empresas tradicionales, las que generan más del 90 por ciento de nuestro PIB y del empleo. Esta debe ser nuestra apuesta colectiva. Pero en España el proceso de transformación digital de las empresas tradicionales no va bien. Aunque somos la economía número 14 del planeta, según el Foro Económico Mundial, en su informe Global Technology Report de 2016 en los indicadores del uso de tecnología del Business Usage Index, ocupamos el puesto 35 en lo que respecta al desarrollo de la digitalización. Nos encontramos ante un importante reto empresarial y las empresas consultoras tienen que estar preparadas para ejercer de palanca de transformación que permita a sus clientes generar valor y ser competitivos en este nuevo escenario.

Es por ello que los consultores precisan una formación específica y actualizada en el contexto de transformación digital. Con este objetivo se ha planteado este Título Propio, un programa hecho a la medida de las necesidades de actuales y futuras del sector de la consultoría.

Se trata de un Máster interdisciplinar que permitirá ofrecer una formación actualizada en contenidos de Administración y Dirección de Empresas orientadas a la economía digital; conocimientos sobre como la disrupción tecnológica está afectado a los mercados, a los sectores y a las empresas; conocimientos de nuevas herramientas de trabajo de los consultores y desarrollo de las habilidades que precisan los nuevos perfiles profesionales; y conocimientos sobre el marco regulador de este contexto que garantice un comportamiento ético y sostenible.

El sector de la consultoría, según el informe anual de la Asociación Española de Empresas de Consultoría es uno de los más dinámicos, registra un nuevo crecimiento anual, por cuarto año consecutivo, que se mantendrá en el 2018. Por áreas de actividad, los servicios de consultor se han disparado un 15,9%, y ya suponen el 19% del total de la facturación. En paralelo, los empleos generados por este sector se han incrementado un 5,8% en 2017.

Es un sector que actualmente contrata profesionales con muy diversas formaciones: Administración y Dirección de Empresas, Economía, Ingeniería Informática, Telecomunicaciones, Química, Matemáticas, Física, Humanidades, Psicología, etc.; porque son las cualidades personales de cada universitario las que amplían las posibilidades de incorporarse al sector.

Este máster que se propone permitirá cubrir las necesidades de las Consultoras, que tiene que ofrecer soluciones a las empresas que viéndose arrolladas por los cambios que la tecnología ofrece, necesitan profesionales que les ayude a enfocar su propuesta de valor.

Todo ello en su conjunto, título Máster propio de la Universidad Autónoma de Madrid, formación innovadora que permitirá estar al día de las necesidades que se plantean en la consultoría y el periodo de prácticas en Accenture, ofrecen a este programa un atractivo con un alto valor académico y profesional.

### 2.2 Referentes externos nacionales e internacionales que avalan la adecuación de la propuesta (indique si existen títulos de contenido similar en Universidades u otras instituciones de prestigio nacionales o extranjeras y especifique su denominación y su enlace web) [máx. 2000 caracteres o 30 líneas]

### Referentes Nacionales

- Master en Consultoría de Gestión de Empresas (Universidad Politécnica de Madrid- Asociación Española de Empresas de Consultoría)

<http://masterdeconsultoria.com/informacion-general/>

- Programa Avanzado en Consultoría Estratégica y de Negocio (Universidad Carlos III de Madrid)

<https://www.fundacion.uc3m.es/formacion/postgrado/consultoria-estrategica-y-de-negocio/>

- Master en Consultoría de Empresas (UNED)

<http://www2.uned.es/master-consultoria/>

- Master en Consultoría de Negocio Management Solutions (ICADE-Business School - Management Solutions)

- Universidad Valencia Master Propio en Consultoría estratégica

[http://postgrado.adeit-uv.es/es/cursos/area\\_de\\_direccion\\_y\\_gestion\\_empresarial-1/consultoria-estrategica/datos\\_generales.htm](http://postgrado.adeit-uv.es/es/cursos/area_de_direccion_y_gestion_empresarial-1/consultoria-estrategica/datos_generales.htm)

- Master en Consultoría Empresarial (CEU Universitat Abat Oliba)

<https://www.uaoc.eu/m%C3%A1ster-en-consultor%C3%ADa-empresarial>

- Business Consulting School of Management- Universidad Politécnica de Valencia Master en consultoría de negocio <http://bcm.es/>

- Master Executive en Consultoría y Asesoramiento a Empresas (EOI Escuela de Organización Industrial)

<https://www.eoi.es/es/cursos/16572/master-executive-en-consultoria-y-asesoramiento-empresarial>

### Referentes Internacionales

- Management Consultancy and Organisational Change (MSc) (Birkbeck, University of London)

[http://www.bbk.ac.uk/study/2018/postgraduate/programmes/TMSMCORG\\_C/](http://www.bbk.ac.uk/study/2018/postgraduate/programmes/TMSMCORG_C/)

- MSc Business with Consulting (Warwick Business School)

<https://www.wbs.ac.uk/courses/postgraduate/business-consulting/>

- Business Administration: Management Consulting (Vrije Universiteit Amsterdam)

<https://masters.vu.nl/en/programmes/business-administration-management-consulting/index.aspx>

- MSc International Business. Track Organisation: Management, Change and Consultancy (Maastricht University)

<https://www.maastrichtuniversity.nl/education/master/master-international-business-track-organisation-management-change-and-consultanc-0>

- MSc in Strategy Consulting & Digital Transformation (EDHEC Francia)

<https://master.edhec.edu/msc-strategy-consulting-and-digital-transformation>

- Specialised Master in Strategy and Organisation Consulting (ESCP Europe Business School)

<http://www.escpeurope.eu/escp-europe-programmes/masters-full-time/big-data-entrepreneurship-projects-and-strategy-full-time-specialized-masters-msc-postgraduate-degrees-escp-europe-business-school/ms-strategy-and-organisation-consulting/escp-europe-specialized-master-in-strategy-and-organisation-consulting-postgraduate-programmes-business-school/>

- MSc Management Consulting (Leeds University Business School)

<https://business.leeds.ac.uk/masters/msc-management-consulting/>

- Management Consulting, M.B.A. (University of Buffalo, USA) <https://mgt.buffalo.edu/degree-programs/master-of-business-mba/academic-options/curriculum/management-consulting-concentration.html>

### 3. OBJETIVOS GENERALES DEL TÍTULO PROPUESTO

#### 3.1 Objetivos [máx. 2000 caracteres o 30 líneas]

El Máster en Transformación y Consultoría de Negocio tiene por objeto la mejora de la formación y de la empleabilidad de los estudiantes. Pretende que los estudiantes adquieran conocimientos que les permitan fusionar las estrategias y decisiones de las distintas funciones de administración de empresas con la tecnología, en el contexto en esta última está siendo el motor de la transformación digital. Todo ello, desde la perspectiva de la creación de valor para un cliente de una firma de consultoría y conociendo las principales tendencias que se observan en los distintos sectores de actividad.

Adicionalmente, los estudiantes desarrollarán las competencias instrumentales o herramientas que serán necesarias para un consultor de negocio en este nuevo contexto y las habilidades intra e interpersonales que permitan su desarrollo profesional.

De forma más detallada:

- Lograr un conocimiento específico y actualizado en aspectos de la Administración de Empresas en el contexto de la transformación digital.
- Alcanzar un conocimiento sobre las tecnologías actuales que están impulsando o generando un proceso de transformación en las organizaciones.
- Conocer el contexto y las tendencias que se esbozan para el futuro en los distintos sectores de actividad.
- Conocer y saber utilizar las herramientas más actuales utilizadas por el consultor de negocio.
- Conocer en qué consiste el sector de la consultoría y sus principales características.
- Desarrollar las habilidades intra e interpersonales necesarias para el consultor de negocio en este entorno, y que, incluso en otros sectores distintos al de consultoría, marcarían un sello de distinción profesional.
- Ser capaces de realizar un proyecto real de transformación empresarial que genere valor al cliente.
- Desarrollar las competencias adquiridas en la actividad profesional durante el periodo de prácticas en empresa.

#### 3.2. Principales Competencias (enumere en torno a 10 competencias, distinguiendo entre competencias « generales » y « específicas » ) <sup>6</sup>

##### Competencias Generales (CG)

CG1. Capacidad de análisis y síntesis, incluyendo habilidad de extraer y analizar información de distintas fuentes, la habilidad para formarse una opinión argumentada que pueda defenderse de forma escrita u oral a diferentes audiencias.

CG2. Capacidad para resolver problemas, a partir del análisis de datos e información estructurada o desestructurada, que puede suponer el manejo de bases de datos o sistemas de información y gestión empresarial.

CG3. Capacidad para trabajar en equipo interdisciplinar y en contextos internacionales. Los trabajos de consultoría se desarrollan en equipos organizados, donde cada miembro se responsabiliza de una parte de la que debe posteriormente informar al resto del equipo.

CG4. Trabajar en entornos de presión, gestión emocional y del estrés que ocasiona la profesión de consultoría, a menudo los trabajos deben completarse en un periodo de tiempo ajustado por lo que saber priorizar tareas, organizar el trabajo en un contexto de presión es fundamental.

CG5. Comunicación oral y escrita, es decir, la habilidad para expresar mejor lo que necesitamos decir y realizar y presentar informes escritos y de manera oral a diferentes públicos y en diferentes idiomas. Un consultor necesita presentar dichos informes en su trabajo diario, tanto a los miembros de su equipo de trabajo como a sus clientes.

CG6. Capacidad de organización y planificación, ya que los trabajos de consultoría requieren de una planificación óptima para la asignación de los recursos contratados (selección del equipo de trabajo, asignación de recursos, planificación, control, retroalimentación y mejora).

CG7. Habilidades interpersonales para garantizar una adecuada interacción, mejorar las relaciones personales y alcanzar los objetivos de la comunicación, saber escuchar, respeto, tolerancia, empatía y liderazgo.

CG8. Adaptabilidad y Flexibilidad para adaptarse rápidamente a nuevas circunstancias e incluso llegar a ser parte del cambio, está estrechamente vinculado con la capacidad de concebir como válidas perspectivas y situaciones diferentes a las que se está acostumbrado.

CG9. Rigor y fortaleza individual. Se demuestra por el cumplimiento de objetivos, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo, respetando plazos, optimizando los recursos materiales y/o económicos a su disposición, ajustándose a los presupuestos asignados. Supone la búsqueda de la excelencia y de la mejora continua en el desempeño del trabajo, para obtener resultados satisfactorios al nivel que le corresponda. Estar comprometido a hacer bien su trabajo con rigurosidad y excelencia.

#### Competencias Específicas (CE)

CE1. Conocer el trabajo del consultor, las principales herramientas y metodologías utilizadas y la transformación que está teniendo la consultoría.

CE2. Conocer como las tecnologías disruptivas impactan sobre las organizaciones y la transformación de los negocios.

CE3. Conocer los fundamentos de la Administración y Dirección de Empresas para poder interpretar los problemas que los clientes plantean.

CE4. Conocer el entorno empresarial. Estructurar cualquier tipo de análisis acerca de los factores críticos del entorno que afectan a las decisiones empresariales.

CE5. Adquirir conocimientos sobre la Estrategia Empresarial. Aplicar de forma sistemática, organizada y global, todas y cada una de las frases precisas en un proceso de dirección estratégica, identificando los factores críticos y agentes clave a considerar en cada una de ellas.

CE6. Adquirir conocimientos sobre Diseño Organizativo. Desarrollar procesos de diseño, análisis y diagnóstico de la Organización, comprendiendo los principios, parámetros, elementos y contextos en lo que las diversas estructuras organizativas pueden resultar más adecuadas y adaptables a los diversos contextos.

CE7. Conocer los fundamentos del marketing y las ventas en la era digital, así como las palancas de creación de demanda en este nuevo contexto y la transformación hacia la economía de la experiencia de cliente como eje para el desarrollo del negocio.

CE8. Conocer los fundamentos del área de operaciones. Profundizando en la cadena de suministro, la gestión de proyectos y en la mejora de procesos en el contexto de cambio del cambio tecnológico y transformación digital.

CE9. Conocer los fundamentos de las finanzas de la empresa, valoración de inversiones y estructura financiera. Comprender las bases de la valoración financiera de la empresa. Entender la estructura del sistema financiero y sus principales mercados. Abordar la transformación digital que esta experimentando el Back Office.

CE10. Adquirir conocimientos sobre dirección de personas y gestión del conocimiento. Desarrollar una visión humanista de los procesos de dirección y administración empresarial, comprendiendo el papel de los procesos de comportamiento humano, desarrollo organizativo, gestión del cambio y dirección por valores.

CE11 Contribuir a la resolución de problemas enfocando de manera productiva y eficaz los procesos de decisión Data-Driven mediante una aproximación adecuada en materia de selección y preparación de datos y una correcta selección de herramientas y aproximaciones técnicas ajustadas a cada caso.

CE12. Adquirir los conocimientos legales que un consultor necesita para su práctica profesional.

## 4. DIFUSIÓN, INFORMACIÓN Y CAPTACIÓN DE ESTUDIANTES

### 4.1. Canales específicos de difusión y captación de estudiantes <sup>7</sup>. [máx. 1500 caracteres o 20 líneas]

- Página web específica.
  - Landing Page específica.
  - Entorno web de formación continua de la UAM.
  - Correo electrónico.
  - Redes sociales de la UAM y de la FUAM: Facebook, Twitter y LinkedIn.
  - Perfil de Youtube de la FUAM.
  - Infojobs
  - Student Job
  - Infoempleo
  - Patatabrava
  - Medios de comunicación
  - Dirección de correo electrónico específica para dudas y consultas  
(info.masterconsultoria@uam.es)
- Por su parte Accenture
- Web Accenture España en la sección otras noticias
  - Campaña email marketing
  - newsletter de "Accenture al día"

### 4.2. Acciones de difusión y captación previstas [máx. 1500 caracteres o 20 líneas]

Las acciones de difusión en esta primera edición se realizan Junio 2018, periodo en el se estima se puedan tener todas las aprobaciones para su ejecución, en sucesivas promociones se adelantará un mes el periodo de difusión.

- Se enviará correo electrónico a través de las listas institucionales de la Universidad cuyos perfiles son requeridos en la consultoría.
- Redacción notas de prensa y envío a medios de comunicación  
Se realizará un mailing a Bases de Datos cualificadas de la FUAM y se solicitará apoyo a Alumni.
- Se desarrollará un site web específico del máster (Symposium) con posicionamiento SEO y SEM.  
Contará con un correo institucional donde se podrá solicitar información.

- Se realizará una landing page para captar estudiantes a través de un formulario.
- Se difundirá periódicamente a través de las Redes Sociales de la FUAM y de la UAM (Facebook, Twitter y LinkedIn).
- Se desarrollará un video presentación del máster que será publicado en la web y la landing page, así como contenido promocional para redes sociales.
- Distribución de dípticos y posters en la Universidad.
- A través de la web, y previo registro, los interesados podrán acceder al programa completo del título, generando una base de datos de personas interesadas.
- Accenture como empresa colaboradora difundirá en su centro de "Recruting" como opción de formación a sus futuros aspirantes.

#### 4.3. Sistemas de información previa a la matriculación <sup>8</sup> [máx. 1500 caracteres o 20 líneas]

El título contará con una página web específica propia en el dominio de los programas de Formación Continua que se enlazará con la página web de la Facultad de Económicas, centro responsable del programa.

Informará sobre los Objetivos del programa, las entidades y facultades colaboradoras, los componentes de la Comisión Académica, el contenido y planificación académica, profesorado participante, requisitos de acceso y admisión, procedimientos y plazos de inscripción, admisión y matrículas, las tasas académicas, becas ofertadas y procedimiento de adjudicación y enlaces de interés con la UAM.

Una dirección de correo electrónico ([info.masterconsultoria@uam.es](mailto:info.masterconsultoria@uam.es)) donde se podrá solicitar información adicional.

Un registro donde los interesados podrán acceder al programa completo del título, generando una base de datos de interesados en el programa.

## 5. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

### 5.1. Requisitos de acceso y condiciones o pruebas especiales <sup>9</sup>. [máx. 1500 caracteres o 20 líneas]

El Máster está dirigido a recién graduados en una titulación STEM (Ciencias, Tecnología, Ingeniería, Matemáticas) y en ADE, Economía o similares.  
Con un nivel de inglés mínimo acreditado B2 o equivalente.

### 5.2. Criterios generales de selección de estudiantes <sup>10</sup>. [máx. 1500 caracteres o 20 líneas]

Los criterios de selección de los estudiantes serán los siguientes:

- Expediente académico. Declaración de la nota media (obligatorio para estudiantes con sistemas de calificación diferentes al propio de las enseñanzas españolas, explicar asimismo el baremo utilizado por la universidad de origen).

- Nivel de inglés. Se exigirá un conocimiento de inglés al menos de nivel intermedio. Es decir, ajustado como mínimo a la categoría oficial B2 reconocida en el nuevo Marco Común Europeo para las Lenguas, a un First Certificate in English (FCE), o a un TOEFL iBT ajustado de 72.
- Los estudiantes cuya lengua materna no sea el castellano deberán presentar un certificado que acredite su conocimiento al menos a un nivel B2 del MCER del Consejo de Europa.
- Curriculum vitae.
- La Comisión académica realizará una entrevista personal o dinámica de grupo y una prueba de idiomas, cuando se considere pertinente.

### 5.3. Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados [máx. 1500 caracteres o 20 líneas]

El alumno tendrá un tutor, miembro del equipo docente del Título, con el que podrán tratar todos aquellos temas que tienen relación con su formación y realizará la tutela académica de las prácticas realizadas. Asimismo, durante este periodo tendrá un tutor profesional en la empresa que se responsabilizará de que se lleve a cabo el acuerdo formativo expresando en el convenio de prácticas. Para el desarrollo del Trabajo Fin de Master: Resolución de un reto de negocio real, tendrán asignado un Director que será un consultor de Accenture. Por tanto los alumnos a lo largo del todo el programa tendrán el apoyo y orientación de varios tutores a los que acudir, así como acceso directo a la Secretaría y Dirección Académica.

## 6. PLAN DE ESTUDIOS

6.1. Distribución de las actividades formativas por horas y por número de créditos <sup>11</sup>.

TIPO DE ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS			CRÉDITOS ECTS	
	DOCENCIA PRESENCIAL	DOCENCIA NO PRESENCIAL	TRABAJO DEL ESTUDIANTE		
Asignaturas Obligatorias	340 hs.		510 hs.		34
Asignaturas Optativas ofertadas en el título				0	
Asignaturas Optativas a cursar por el estudiante	0 hs.		0 hs.		0
Si el título es « semipresencial» indique nº de horas de actividad docente no presencial		0 hs			0
Prácticas externas	0 hs		500 hs.		20
Trabajo fin del título	4 hs.		146 hs.		6
Total Horas de docencia	344 hs.				
Total horas de trabajo autónomo del estudiante			1156hs.		
CRÉDITOS TOTALES DEL TÍTULO					60 ECTS

6.2. Tabla-resumen de módulos y asignaturas <sup>12</sup>.

[AÑADA O ELIMINE TÁBLAS DE MÓDULOS Y FILAS DE ASIGNATURA DENTRO DE CADA MÓDULO SEGÚN PROCEDA]

Módulos y asignaturas <sup>13</sup>	Periodo 14	Créditos
Mód. I: EL TERRENO DE JUEGO DEL CONSULTOR: LA EMPRESA Y SU EVOLUCIÓN FRENTE A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL		
Asignaturas obligatorias		
1 Estrategia	1-2	4 ECTS
2 Organización, Talento y performance	1-2	3 ECTS
3 Disrupción tecnológica y Tecnologías de la Información	1-2	3 ECTS
4 Front Customer	1-2	3 ECTS
5 Supply Chain y Operaciones	1-2	3 ECTS
6 Finanzas y performance	1-2	3 ECTS
7 Tendencias por sector de actividad y contexto legal de la consultoría	1-2	3 ECTS
Mód. II: EL PAPEL DEL CONSULTOR EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL		
Asignaturas obligatorias		
8 Competencias instrumentales del consultor de negocio	1-2	6 ECTS
9 El desarrollo profesional del consultor de negocio	1-2	6 ECTS
Mód. III: Prácticas externas	1-2	20 ECTS
Mód. IV: Trabajo Fin de Master	1-2	6 ECTS
CREDITOS TOTALES .....		60 ECTS

6.3. Número mínimo de créditos de matrícula por estudiante y Periodo lectivo : 30 ECTS por trimestre

6.4. Normas de permanencia [máx. 1000 caracteres o 15 líneas]:

Los estudiantes matriculados en el título disponen de un número máximo de dos convocatorias por asignatura, en el mismo curso académico.

6.5. En el caso de que el Título propuesto sea un Máster, ¿se ofertará alguno de sus módulos (o asignaturas) como título independiente de menor duración o como curso de corta duración? <sup>15</sup>

SÍ  NO

En caso afirmativo:

6.5.1. Módulo/s o asignaturas que se ofertarán:

--

6.5.2. Clase de enseñanza ofertada: clic aquí

6.5.3. Número de créditos y precio

Nº de créditos ECTS	Precio por crédito	Precio total
0 ECTS	0 €	0,00 €

6.6. Contenido de las enseñanzas (FICHAS POR ASIGNATURA) <sup>16</sup>.  
[AÑADA FICHAS DE ASIGNATURA SEGÚN PROCEDA]

<p>Asignatura Nº 1 (Mód. I) : Estrategia</p>
<p>Número de créditos (mín. 3 ECTS): 4            Carácter (obligatoria/optativa): Obligatoria            Carácter (presencial/ no presencial): Presencial            Periodo lectivo de impartición: 1er y 2do trimestre            Requisitos previos (en su caso):</p>
<p>Competencias (enumere las que correspondan conforme al apartado 3.2) <sup>17</sup>:            Competencias Generales (CG): CG1. CG2. CG3. CG4. CG5. CG6. CG7. CG8.            Competencias Específicas (CE): CE1. CE2. CE3. CE4. CE5. CE10.</p>
<p>Actividades formativas y competencias a las que corresponden <sup>18</sup>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lección magistral (CE1. CE2. CE3. CE4. CE5. CE10)</li> <li>• Resolución problemas (CG1. CG2.)</li> <li>• Estudio de Casos. (CG1. CG2. CG3. CG5. CG7)</li> <li>• Búsqueda de Evidencias. (CG1.)</li> <li>• Debates (CG1. CG5. CG7.)</li> <li>• Presentaciones Orales. (CG5)</li> <li>• Toma decisiones con simulador. (CG1. CG2. CG8)</li> <li>• Trabajos en Grupo. (CG1. CG2. CG3. CG4. CG5. CG6. CG7. CG8.)</li> <li>• Trabajos Individuales. (CG1. CG4. CG5.)</li> </ul>
<p>Acciones de coordinación (en su caso):</p>

La asignatura está dividida por temas específicos, que se llevarán por expertos académicos y especialistas de cada materia. Cada división de la asignatura será autocontenida, a pesar de existir un hilo conductor, que será coordinada por uno de los profesores. La evaluación se realizará en función de la carga equivalente en créditos de cada parte.

Sistemas de evaluación y calificación:

Asistencia y participación en clase	20%
Evaluación continua	70%
Examen final	10%
TOTAL (la suma debe ser	100%)

Programa de la Asignatura <sup>19</sup>:

1. Implantación de los elementos de la estrategia
  - 1.1. Aplicación de los problemas de diseño estratégico básico
  - 1.2. Herramientas de la dirección estratégica
2. Análisis del Entorno Geoestratégico y tecnológico
  - 2.1. Análisis del entorno internacional
  - 2.2. Influencia de la tecnología en el cambio de modelo
3. Estrategia y Transformación Digital
  - 3.1. Nuevas economías: share, blue y social economy. Cambio en los modelos de negocio
  - 3.2. Virtualización del modelo de Agencia
  - 3.3. Sectores afectados y sectores infectados
  - 3.4. Herramientas, conceptos e intelligent business. Las Datacare companies
4. Implantación y control estratégico: herramientas y experiencia con un simulador
  - 4.1. Control estratégico: de ABC y ABM al BSC
  - 4.2. KPI y KFC
  - 4.3. Problemas de la implantación y de control de la estrategia
5. Aplicación de las estrategias de ventaja competitiva
  - 5.1. De las estrategias clásicas a los nuevos espacios de mercado: nuevos enfoques
6. Estrategias de crecimiento
  - 6.1. Limitaciones del crecimiento interno y la escalabilidad
  - 6.2. Estrategias clásicas de crecimiento externo: M&A, implantación y problemática real
  - 6.3. Nuevas Operaciones: Operaciones de simbiosis multiagente y su tipología
7. Estrategias de internacionalización y de diversificación.
  - 7.1. Internacionalización: los nuevos modelos
  - 7.2. Diversificación, sus tipologías y sus problemáticas
  - 7.3. Innovación como oportunidad y necesidad estratégica actual
  - 7.4. Aciertos y rechazo de implantación de la estrategia
8. Estrategias de Innovación
  - 8.1. La dimensión estratégica de la innovación
  - 8.2. Cultura de innovación y estrategia
    - 8.2.1. Estilo corporativo
    - 8.2.2. Dirección y gestión por competencias
    - 8.2.3. Creatividad
    - 8.2.4. Gestión y estructuras organizativas
    - 8.2.5. Vigilancia e inteligencia tecnológica
9. Knowledge Management e intangibles
  - 9.1. Gestión de los intangibles, implantación y control: modelos prácticos

Equipo docente de la asignatura (nombre, apellido y Centro de adscripción)

- Fernando Borrajo Millán: Coordinador de la asignatura. Profesor Contratado Doctor. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Emilio Ontiveros Baeza: Catedrático. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Isidro de Pablo López: Catedrático. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Angel Bergés Lobera: Catedrático. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Patricio Morcillo Ortega: Catedrático. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- María Paz Salmador Sánchez: Profesora Titular. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Asignatura N° 2 (Mód. I) : Organización, Talento y Personas

Número de créditos (mín. 3 ECTS): 3

Carácter (obligatoria/optativa): Obligatoria

Carácter (presencial/ no presencial): Presencial

Periodo lectivo de impartición: 1er y 2do trimestre

Requisitos previos (en su caso):

Competencias (enumere las que correspondan conforme al apartado 3.2) <sup>20</sup>:

Competencias Generales (CG): CG1. CG3. CG4. CG5. CG6. CG7. CG8. CG9.

Competencias Específicas (CE): CE6. CE10.

Actividades formativas y competencias a las que corresponden <sup>21</sup>:

- Lección magistral (CE6. CE10.)
- Estudio de Casos. (CG1. CG3.)
- Búsqueda de Evidencias. (CG1.)
- Debates (CG1. CG5. CG7.)
- Presentaciones Orales. (CG5)
- Supuestos prácticos. (CG1. CG2. CG3. CG5. CG7)
- Trabajos en Grupo. (CG1. CG3. CG4. CG6. CG7. CG8.)
- Trabajos Individuales. (CG1. CG4. CG5. CG9.)

Acciones de coordinación (en su caso):

La asignatura está dividida por temas específicos, que se llevarán por expertos académicos y especialistas de cada materia. Cada división de la asignatura será autocontenida, a pesar de existir un hilo conductor, que será coordinada por uno de los profesores y que fomentará la transversalidad con el resto de los contenidos. La evaluación se realizará en función de la carga equivalente en créditos de cada parte.

Sistemas de evaluación y calificación:

Participación de calidad	5%
Evaluación continua	75%
Presentación final	20%
TOTAL (la suma debe ser	100%)

## Programa de la Asignatura <sup>22</sup>:

### 1- ORGANIZACIÓN

- 1.1. Principios que definen la organización
- 1.2. Estructuración de Organizaciones
- 1.3. Diseño y definición de puestos
- 1.4. Aprendizaje Organizativo
- 1.5. Flexibilidad Organizativa

### 2- PERSONAS

- 2.1. Estrategia de Dirección de personas
  - 2.1.1. Planes estratégicos de RRHH
  - 2.1.2. Diagnóstico de RRHH
  - 2.1.3. Gestión del Cambio
  - 2.1.4. Diseño de modelos de gestión de RRHH: Customer centric y ruptura de silos en la empresa.
- 2.2. Selección
  - 2.2.1. Interacción con los candidatos
  - 2.2.2. Precisión e idoneidad de los procesos
  - 2.2.3. Métodos de reclutamiento y herramientas digitales.
- 2.3. Formación
  - 2.3.1. La formación como una estrategia de desarrollo de las personas y de las organizaciones
  - 2.3.2. Criterios para diseñar un plan de formación. Objetivos e indicadores.
  - 2.3.3. La valoración de los resultados de la formación.
- 2.4. Desarrollo
  - 2.4.1. Modelo de gestión de RRHH
    - 2.4.1.1. Nuevas ocupaciones digitales: el modelo de Competencias Digitales
    - 2.4.1.2. El desarrollo del Talento
  - 2.4.2. Modelos de Compensación alineados con la estrategia
    - 2.4.2.1. Estudios Salariales: equidad interna/externa
    - 2.4.2.2. Salario emocional, compromiso y productividad
- 2.5. E-RH
  - 2.5.1. Portales de RRHH
  - 2.5.2. E-talent
  - 2.5.3. HR analytics

## Equipo docente de la asignatura (nombre, apellido y Centro de adscripción)

- José Miguel Rodríguez Antón: Catedrático. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Hermógenes Del Real Álvarez: Coordinador de la asignatura. Profesor Asociado. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Centro para la Efectividad Organizacional, Talento UAM.
- María Escat Cortés: Profesor Asociado. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Flor Sánchez Fernández: Profesora Titular. Facultad de Psicología.
- Antonio Delgado Calvo: Profesor Asociado. Facultad de Psicología.
- David Aguado García: Profesor Titular Interino. Facultad de Psicología. Centro para la Efectividad Organizacional, Talento UAM.

## Asignatura Nº 3 (Mód. I) : Disrupción tecnológica y tecnologías de la información

Número de créditos (mín. 3 ECTS): 3

Carácter (obligatoria/optativa): Obligatoria

Carácter (presencial/ no presencial): Presencial

Periodo lectivo de impartición: 1er y 2do trimestre

Requisitos previos (en su caso):

Competencias Generales (CG): CG1. CG2. CG3. CG5. CG6. CG7. CG8. CG9.

Competencias Específicas (CE): CE1. CE2. CE7. CE8.

Actividades formativas y competencias a las que corresponden <sup>23</sup>:

- Lección magistral(CE1. CE2. CE7. CE8.)
- Gamificación (CG1.CG8)
- Informática especializada (CG8. CG9.)
- Resolución problemas (CG1. CG2.)
- Estudio de Casos. (CG1. CG2. CG3. CG5. CG7)
- Búsqueda de Evidencias. (CG1.)
- Debates (CG1. CG5. CG7.)
- Presentaciones Orales. (CG5)
- Supuestos prácticos. (CG1. CG2. CG8)
- Trabajos en Grupo. (CG1. CG2. CG3. CG4. CG5. CG6. CG7. CG8.)
- Trabajos Individuales. (CG1.CG4. CG5.)

Acciones de coordinación (en su caso):

Sistemas de evaluación y calificación:

Asistencia y participación en clase	0%
Evaluación continua	80%
Examen final	20%
TOTAL (la suma debe ser	100%)

Programa de la Asignatura <sup>24</sup>:

1. DISRUPCIÓN TECNOLÓGICA Y SU IMPACTO EN LA EMPRESA
  - 1.1. CLOUD
    - 1.1.1. La computación en la nube
      - 1.1.1.1. Qué es la computación en la nube
      - 1.1.1.2. Tipo de computación en la nube
      - 1.1.1.3. Ventajas, beneficios y oportunidades
      - 1.1.1.4. Ejemplo de nube privada
    - 1.1.2. Practicas
      - 1.1.2.1. Ejemplos de nube pública
      - 1.1.2.2. Uso de nube pública
  - 1.2. BLOCKCHAIN
    - 1.2.1. Fundamentos criptográficos de la gestión de la confianza
    - 1.2.2. Mecanismos distribuidos de la gestión de la confianza: construcción de consenso mediante "pruebas de trabajo" en la Blockchain de Bitcoin
    - 1.2.3. Introducción al concepto de contrato inteligente o smart contract: implementación en Ethereum
    - 1.2.4. Limitaciones de los distintos modelos de datos y de control de acceso para la Blockchain
    - 1.2.5. Análisis de casos de uso y ámbitos de interés para el despliegue de modelos de negocio basados en Blockchain
  - 1.3. INTELIGENCIA ARTIFICIAL
    - 1.3.1. Introducción. ¿A qué se le denomina inteligencia artificial?
    - 1.3.2. Fuentes de información: Estructuradas y No estructuradas.
    - 1.3.3. Motores de reglas y bases de conocimiento estructuradas.
    - 1.3.4. Modelos Discriminativos vs Modelos Generativos.
    - 1.3.5. Modelo Discriminativo: Deep Learning.
    - 1.3.6. Modelo Generativo: Bayesian Networks.
    - 1.3.7. Modelo Híbrido: Generative Adversarial Networks.
    - 1.3.8. Métodos de Simulación.
    - 1.3.9. Optimización.
    - 1.3.10. Herramientas.

- 1.3.11. Conclusiones.
- 1.4. ROBÓTICA
  - 1.4.1. Introducción a la Robótica
    - 1.4.1.1. Definiciones básicas
    - 1.4.1.2. Disciplinas involucradas
    - 1.4.1.3. Ámbitos de aplicación
  - 1.4.2. Elementos que lo forman
    - 1.4.2.1. Sensores
    - 1.4.2.2. Actuadores
    - 1.4.2.3. Control
  - 1.4.3. Tipos de robots
    - 1.4.3.1. Manipuladores
    - 1.4.3.2. Móviles
  - 1.4.4. Aplicaciones
- 1.5. NUEVAS FORMAS DE INTERACCIÓN CON EL CLIENTE
  - 1.5.1. Introducción
    - 1.5.1.1. Interacción Cliente-Empresa
    - 1.5.1.2. Customer Relationship Management (CRM)
  - 1.5.2. El Nuevo Paradigma de Orientación al Cliente
    - 1.5.2.1. User-Generated Content (UGC)
    - 1.5.2.2. Plataformas Móviles
  - 1.5.3. Experiencia de Cliente (CX)
    - 1.5.3.1. Customer Experience Management (CEM)
    - 1.5.3.2. Customer Journey
- 1.6. DATA DRIVEN COMPANIES
  - 1.6.1. Data Driven company: una definición
  - 1.6.2. Beneficios de una aproximación data-driven del negocio
  - 1.6.3. La era de los datos
  - 1.6.4. Convirtiendo datos en información
  - 1.6.5. Ejemplos de data-driven companies
- 1.7. NEW PLATFORMS
  - 1.7.1. Nuevas plataformas para IT
    - 1.7.1.1. Nueva estructura de IT
    - 1.7.1.2. Elementos: IaaS, PaaS, SaaS
    - 1.7.1.3. Microservicios
  - 1.7.2. Implicaciones de las nuevas plataformas
    - 1.7.2.1. Transformación de arquitecturas
    - 1.7.2.2. Ventajas, beneficios y oportunidades
    - 1.7.2.3. Ejemplos y casos de uso
    - 1.7.2.4. Evaluación Kahoot
- 1.8. INTERNET OF THINGS (IoT). INDUSTRIA X.0
  - 1.8.1. IoT
    - 1.8.1.1. ¿Qué es "Internet of Things"?
    - 1.8.1.2. Requisitos tecnológicos para aplicaciones IoT
    - 1.8.1.3. Plataformas para IoT
    - 1.8.1.4. Etapas del despliegue
    - 1.8.1.5. Críticas y controversia en aplicaciones IoT
  - 1.8.2. Industry X.0
    - 1.8.2.1. ¿Qué es "Industry X.0"?
    - 1.8.2.2. Efectos, impacto y mejoras en la productividad
    - 1.8.2.3. Retos y necesidades
    - 1.8.2.4. El rol de Big Data e IoT en Industry X.0
- 2- DIRECCIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN
  - 2.1. Transformación del rol de CIO
    - 2.1.1. De seguidor a líder.
  - 2.2. De ERP a Plataformas inteligentes
    - 2.2.1. Almacenamiento de datos
    - 2.2.2. Generación de información
  - 2.3. Mapa de sistemas corporativos
    - 2.3.1. Open source & open technologies
    - 2.3.2. API-Fication
    - 2.3.3. Integrando sistemas
  - 2.4. Arquitecturas digitales y modelos IT

<ul style="list-style-type: none"> <li>2.4.1. Virtualización</li> <li>2.4.2. Plataformas cloud, públicas y privadas</li> <li>2.4.3. Infrastructure as a service (IaaS), Platform as a service (PaaS) y software as a Service (SaaS)</li> <li>2.4.4. Appificación y Mobility</li> <li>2.4.5. Internet of Things and internet of everything</li> <li>2.4.6. Plataformas low-coding</li> <li>2.5. Ciberseguridad <ul style="list-style-type: none"> <li>2.5.1. Concepto de ciberseguridad y dependencia tecnológica en el momento actual</li> <li>2.5.2. Almacenamiento y acceso a la información: evolución del perímetro de seguridad</li> <li>2.5.3. Tipos de usuarios: desde el ciudadano al estado, pasando por la empresa/industria</li> <li>2.5.4. Dominios de la ciberseguridad: identificación de amenazas y de contextos de seguridad</li> <li>2.5.5. Soluciones y buenas prácticas de ciberseguridad</li> </ul> </li> </ul>
---

<p>Equipo docente de la asignatura (nombre, apellido y Centro de adscripción)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• José Luis García Dorado: Profesor Contratado Doctor Interino. Escuela Politécnica Superior.</li> <li>• David Arroyo Guardado: Científico Titular. CSIC.</li> <li>• Eduardo César Garrido Merchán: Profesor Ayudante. Escuela Politécnica Superior.</li> <li>• Guillermo González De Rivera Peces: Profesor Contratado Doctor. Escuela Politécnica Superior.</li> <li>• José Antonio Macías Iglesias: Profesor Titular. Escuela Politécnica Superior.</li> <li>• Eduardo Cermeño Mediavilla: Coordinador de la Asignatura. Profesor Asociado. Escuela Politécnica Superior.</li> <li>• David Muelas Recuenco: Profesor Ayudante. Escuela Politécnica Superior.</li> <li>• Lluís Gifre Renom: Profesor Ayudante Doctor. Escuela Politécnica Superior.</li> </ul>
---

<p>Asignatura N° 4 (Mód. I) : Front Customer</p>						
<p>Número de créditos (mín. 3 ECTS): 3</p> <p>Carácter (obligatoria/optativa): Obligatoria</p> <p>Carácter (presencial/ no presencial): Presencial</p> <p>Periodo lectivo de impartición: 1er y 2do trimestre</p> <p>Requisitos previos (en su caso):</p>						
<p>Competencias Generales (CG): CG1. CG2. CG3. CG4. CG5. CG7. CG8.</p> <p>Competencias Específicas (CE): CE1. CE2. CE3. CE4. CE7.</p>						
<p>Actividades formativas y competencias a las que corresponden <sup>25</sup>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lección magistral (CE1. CE2. CE3. CE4. CE7.)</li> <li>• Supuestos prácticos (CG1. CG2. CG8.)</li> <li>• Estudio de Casos. (CG1. CG2. CG8.)</li> <li>• Debates (CG5.)</li> <li>• Presentaciones Orales. (CG5.)</li> <li>• Trabajos en Grupo. (CG3. CG4. CG7. CG8.)</li> </ul>						
<p>Acciones de coordinación (en su caso):</p>						
<p>Sistemas de evaluación y calificación:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="padding-left: 20px;">Asistencia y participación en clase</td> <td style="text-align: right;">10%</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">Evaluación continua</td> <td style="text-align: right;">70%</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">Examen final</td> <td style="text-align: right;">20%</td> </tr> </table>	Asistencia y participación en clase	10%	Evaluación continua	70%	Examen final	20%
Asistencia y participación en clase	10%					
Evaluación continua	70%					
Examen final	20%					

TOTAL (la suma debe ser 100%)
<p>Programa de la Asignatura <sup>26</sup>:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marketing en la era digital <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Marketing offline vs marketing online</li> <li>1.2. Servitización y experiencia de consumo entornos B2C, B2B y B2B2C</li> <li>1.3. Consumidor 3.0</li> </ol> </li> <li>2. Creación y gestión de la demanda: Commerce everywhere <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. De estrategia multicanal y omnicanal a commerce everywhere</li> <li>2.2. Estrategia CEM (Customer Experience Management)</li> <li>2.3. Aplicación Customer Journey Map</li> </ol> </li> <li>3. Creación y gestión de la demanda: Comunicación en Social Media <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Estrategia comunicación digital</li> <li>3.2. Herramientas comunicación digital</li> <li>3.3. Monitorización presencia online</li> </ol> </li> </ol>
<p>Equipo docente de la asignatura (nombre, apellido y Centro de adscripción)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercedes Rozano Suplet: Coordinadora de la asignatura. Profesor Contratado Doctor. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.</li> <li>• Fernando Montañés García: Profesor Asociado. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.</li> <li>• Carlos Moreno Figueroa Sendino: UPTOYOU ADVERTISING</li> <li>• Elisa López Moreno: IZO The Experience Design Company</li> </ul>
<p>Asignatura Nº 5 (Mód. I) : Supply Chain y Operaciones</p>
<p>Número de créditos (mín. 3 ECTS): 3</p> <p>Carácter (obligatoria/optativa): Obligatoria</p> <p>Carácter (presencial/ no presencial): Presencial</p> <p>Periodo lectivo de impartición: 1er y 2do trimestre</p> <p>Requisitos previos (en su caso):</p>
<p>Competencias (enumere las que correspondan conforme al apartado 3.2) <sup>27</sup>:</p> <p>Competencias Generales (CG): CG1. CG2. CG3. CG4. CG5. CG6. CG7. CG8.</p> <p>Competencias Específicas (CE): CE2. CE3. CE4. CE5. CE6. CE8.</p>
<p>Actividades formativas y competencias a las que corresponden <sup>28</sup>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lección magistral (CE2. CE3. CE4. CE5. CE6. CE8.)</li> <li>• Resolución problemas (CG1. CG2.)</li> <li>• Estudio de Casos. (CG1. CG2. CG3. CG5. CG7)</li> <li>• Búsqueda de Evidencias. (CG1.)</li> <li>• Debates (CG1. CG5. CG7.)</li> <li>• Presentaciones Orales. (CG5)</li> <li>• Supuestos prácticos. (CG1. CG2. CG8.)</li> <li>• Trabajos en Grupo. (CG1. CG2. CG3. CG4. CG5. CG6. CG7. CG8.)</li> <li>• Trabajos Individuales. (CG1. CG4. CG5.)</li> <li>• Coaching y metodologías Construccionalistas (CG9.)</li> </ul>
<p>Acciones de coordinación (en su caso):</p>

La asignatura está dividida por temas específicos, que se llevarán por expertos académicos y especialistas de cada materia. Cada división de la asignatura será autocontenida, a pesar de existir un hilo conductor, que será coordinada por uno de los profesores. La evaluación se realizará en función de la carga equivalente en créditos de cada parte.

Sistemas de evaluación y calificación:

Asistencia y participación en clase	20%
Evaluación continua	60%
Evaluación final	20%
TOTAL (la suma debe ser	100%)

Programa de la Asignatura <sup>29</sup>:

## 1- La cadena de suministro

### 1.1. Intelligent supply chain

- 1.1.1. La gestión por procesos
- 1.1.2. Sistemas de operaciones de las cadenas logísticas
- 1.1.3. Business intelligent en supply chain

### 1.2. Procurement

- 1.2.1. Diferencias entre compras y adquisiciones (purchasing / procurement)
- 1.2.2. El proceso de las adquisiciones
- 1.2.3. Los 5 derechos de las adquisiciones
- 1.2.4. Procesos de decisión comprar vs fabricar
- 1.2.5. Outsourcing: beneficios y riesgos
- 1.2.6. Marco de referencia de las decisiones comprar – fabricar
- 1.2.7. Estrategias de las adquisiciones
- 1.2.8. E\_procurement
- 1.2.9. Diferencias entre procurement y supply chain management

### 1.3. Omnichannel

- 1.3.1. Qué es omnichannel y sus beneficios para el e-commerce. Omnichannel retailing
- 1.3.2. Omnichannel building blocks
- 1.3.3. Omnichannel vs multichannel supply chain
- 1.3.4. Influencia de la tecnología en omnichannel
- 1.3.5. Evolución de omnichannel
- 1.3.6. Desafíos de omnichannel
- 1.3.7. Re-engineering the supply chain for the omnichannel of tomorrow:
- 1.3.8. Transformación de una supply chain para el cumplimiento omnichannel
- 1.3.9. Omnichannel supply chain management. Case study

## 2- Proyectos

### 2.1. Introducción a la gestión de proyectos

- 2.1.1. Introducción al project management.
- 2.1.2. Herramientas fundamentales para el éxito
- 2.1.3. Gestión documental de un proyecto

### 2.2. Gestión del alcance del proyecto

- 2.2.1. Conceptos básicos alcance proyecto
- 2.2.2. Establecimiento y gestión del alcance del proyecto

### 2.3. Gestión del tiempo en los proyectos

- 2.3.1. Fases y ciclo de vida de un proyecto
- 2.3.2. Definición de actividad
- 2.3.3. Secuenciación de actividades
- 2.3.4. Estimación de las duraciones de las actividades
- 2.3.5. Desarrollo de la planificación
- 2.3.6. Control del tiempo

### 2.4. Gestión del coste en los proyectos

- 2.4.1. Conceptos básicos gestión costes proyecto
- 2.4.2. Control de costes de los proyectos

### 2.5. Gestión de la calidad en los proyectos

- 2.5.1. Conceptos básicos calidad del proyecto

- 2.5.2. Control de calidad de los proyectos
  - 2.6. Gestión de las personas en los proyectos
    - 2.6.1. Estructuras organizativas en proyectos
    - 2.6.2. Tipos de project management en función de la estructura organizativa
    - 2.6.3. Cultura de project management
    - 2.6.4. Implementación metodología de project management
    - 2.6.5. Roles y responsabilidades
    - 2.6.6. Importancia de las habilidades interpersonales
    - 2.6.7. Diagrama de responsabilidad lineal
  - 2.7. Gestión de las comunicaciones en los proyectos
    - 2.7.1. Planning de comunicaciones
    - 2.7.2. Distribución de la información
    - 2.7.3. Informe de avances
    - 2.7.4. Cierres administrativos
    - 2.7.5. Reuniones de seguimiento
    - 2.7.6. Gestión de los cambios
  - 2.8. Gestión de los riesgos
    - 2.8.1. Análisis de las fuentes de riesgo: tiempo, coste y ámbito
    - 2.8.2. Planes de contingencia
    - 2.8.3. Plan de gestión del riesgo
    - 2.8.4. Reservas, acuerdos contractuales
    - 2.8.5. Acciones correctivas
    - 2.8.6. Actualización del plan de gestión de los riesgos
  - 2.9. Gestión de proyectos en consultorías
    - 2.9.1. P.M.O. Project management office
    - 2.9.2. Misión del P.M.O.
    - 2.9.3. Actividades del P.M.O.
    - 2.9.4. Objetivos del P.M.O.
    - 2.9.5. Ventajas de una consultoría como P.M.O.
    - 2.9.6. Modelos de P.M.O.
    - 2.9.7. P.M.O. roles y responsabilidades
  - 2.10. Metodologías ágiles en gestión de proyectos
    - 2.10.1. Los 12 principios del manifiesto ágil
    - 2.10.2. Scrum
    - 2.10.3. Planificación de proyectos ágiles vs tradicional
    - 2.10.4. Gestión de la evolución de los proyectos ágiles
    - 2.10.5. Scrum técnico
    - 2.10.6. Scrum avanzado
    - 2.10.7. Modelos y practicas ágiles en gestión de proyectos
- 3- Análisis y mejora de procesos
- 3.1. Análisis de procesos
    - 3.1.1. Herramientas para el análisis de procesos
      - 3.1.1.1. Diagrama de flujo de proceso
      - 3.1.1.2. Blueprint
      - 3.1.1.3. La perspectiva del cliente: customer journey
    - 3.1.2. Herramientas para el análisis de calidad y solución de problemas
    - 3.1.3. Terminología de procesos e indicadores de desempeño
  - 3.2. Mejora de procesos
    - 3.2.1. Fundamentos de la mejora de procesos
    - 3.2.2. Mejora continua vs cambio radical
    - 3.2.3. Programas de mejora de procesos
    - 3.2.4. Preguntas para mejorar los procesos

Equipo docente de la asignatura (nombre, apellido y Centro de adscripción)

- Jesús Holgado Corrales: Profesor Asociado. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Yolanda Bueno Hernández: Coordinadora de la asignatura. Profesor Colaborador. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Asignatura Nº 6 (Mód. I) : Finanzas y performance

Número de créditos (mín. 3 ECTS): 3

Carácter (obligatoria/optativa): Obligatoria

Carácter (presencial/ no presencial): Presencial

Periodo lectivo de impartición: 1er y 2do trimestre

Requisitos previos (en su caso):

Competencias (enumere las que correspondan conforme al apartado 3.2) <sup>30</sup>:

Competencias Generales (CG): CG1. CG2. CG5. CG6.

Competencias Específicas (CE): CE2. CE3. CE9.

Actividades formativas y competencias a las que corresponden <sup>31</sup>:

- Lección magistral (CE3. CE2. CE9.)
- Resolución problemas (CG1. CG2.)
- Estudio de Casos. (CG1. CG2. CG3. CG5. CG7)
- Búsqueda de Evidencias. (CG1. CG5.)
- Debates (CG1. CG5. CG7.)
- Supuestos prácticos. (CG1. CG2. CG3. CG5. CG7)
- Trabajos en Grupo. (CG1. CG2. CG3. CG4. CG5. CG6. CG7. CG8.)
- Trabajos Individuales. (CG1. CG4. CG5.)

Acciones de coordinación (en su caso):

El módulo estará coordinado por Carmen Mendoza y Manuel Monjas

Sistemas de evaluación y calificación:

Asistencia y participación en clase	10%
Evaluación continua	50%
Examen final	40%
TOTAL (la suma debe ser	100%)

Programa de la Asignatura <sup>32</sup>:

- 1- Finanzas de Empresa
  - 1.1. Función Financiera de la empresa. Objetivos, Delimitación y relaciones de agencia.
  - 1.2. Valoración de Inversiones. Fases y Técnicas
  - 1.3. Fuentes de Financiación
  - 1.4. Estructura Financiera, Política de Dividendos y Valor empresarial
  - 1.5. Valoración de Empresas
- 2- Finanzas de Mercado
  - 2.1. El Sistema Financiero: Estructura funcional e Institucional
  - 2.2. Mercados Monetarios y de Deuda
  - 2.3. Mercados de Renta Variable
  - 2.4. Mercados Derivados
- 3- Back Office Inteligente
  - 3.1. El Back Office Inteligente. Robotics
  - 3.2. Global Business Services
  - 3.3. ZBx

Equipo docente de la asignatura (nombre, apellido y Centro de adscripción)

- Manuel Monjas Barroso: Coordinador de la asignatura. Profesor Titular. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Pablo de Andrés Alonso: Catedrático. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Nuria Suárez Suárez: Profesora contratada Doctora. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Ricardo Vaz Antunes Pereira Correia: Profesor contratado Doctor. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Fernando Úbeda Mellina: Profesor Titular. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Carmen Mendoza Resco: Coordinadora de la asignatura. Profesora contratada Doctora. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Fernando Gallardo Olmedo: Profesor contratado Doctor. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Prosper Lamothe Fernández: Catedrático. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Guillermo Llorente Álvarez: Profesor Titular. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Francisco Adrada. Accenture.
- José Ramón Alonso. Accenture.
- Benigno Herrería. Accenture.

Asignatura N° 7 (Mód. I) : Tendencias por sector de actividad y contexto legal de la consultoría

Número de créditos (mín. 3 ECTS): 3

Carácter (obligatoria/optativa): Obligatoria

Carácter (presencial/ no presencial): Presencial

Periodo lectivo de impartición: 1er y 2do trimestre

Requisitos previos (en su caso):

Competencias (enumere las que correspondan conforme al apartado 3.2) <sup>33</sup>:

Competencias Generales (CG): CG1. CG3. CG8.

Competencias Específicas (CE): CE2. CE4. CE12.

Actividades formativas y competencias a las que corresponden <sup>34</sup>:

- Lección magistral/Conferencias (CE2. CE4. CE12.)
- Estudio de Casos. (CG1. CG3.)
- Supuestos prácticos. (CG1. CG3. CG8.)
- Debates (CG1. CG5. CG7.)
- Visitas de empresas (CE2.)

Acciones de coordinación (en su caso):

Sistemas de evaluación y calificación:

Asistencia y participación en clase	20%
Evaluación continua	80%
Examen final	0%
TOTAL (la suma debe ser	100%)

Programa de la Asignatura <sup>35</sup>:

- 1- Tendencias por sector de actividad.
  - 1.1. El nuevo Retail
  - 1.2. Los nuevos players digitales: GAFA
  - 1.3. La transformación digital y el Sector Público
  - 1.4. Transformación del Sector de las Comunicaciones
  - 1.5. Fintech: La nueva realidad del Sector Financiero
  - 1.6. Transformación del Sector de Viajes y Turismo
  - 1.7. La transformación del Sector Industrial
  - 1.8. La evolución de las Utilities
- 2- Contexto legal de la consultoría
  - 2.1. Regulación
  - 2.2. Modelos de colaboración y contratación de servicios profesionales
  - 2.3. Aspectos de propiedad intelectual a tener en cuenta en la labor de consultoría: derechos y deberes.
  - 2.4. Régimen jurídico de la protección de datos personales
  - 2.5. Ética en la empresa y en los negocios
  - 2.6. Cultura empresarial y compliance

Equipo docente de la asignatura (nombre, apellido y Centro de adscripción)

- Luis Dieguez. Accenture
- José Cantera Álvarez. Accenture
- Manuel Torres García. Accenture
- Jose Carlos Esponera. Accenture
- Miguel Montañez. Accenture
- Miguel Flecha. Accenture
- Carlos Gallego Rodríguez. Accenture
- Marta Sánchez Álvarez. Accenture
- Ignacio Javier Garrote Fernández-Díaz: Profesor Titular. Facultad de Derecho.
- Sebastián López Maza: Profesor Contratado Doctor. Facultad de Derecho.
- David Martínez García: Investigador en Transparencia Internacional
- Silvina Bacigalupo Saggese: Catedrática. Facultad de Derecho.

Asignatura N° 8 (Mód. II) : Competencias instrumentales del consultor de negocio

Número de créditos (mín. 3 ECTS): 6

Carácter (obligatoria/optativa): Obligatoria

Carácter (presencial/ no presencial): Presencial

Periodo lectivo de impartición: 1er y 2do trimestre

Requisitos previos (en su caso):

Competencias (enumere las que correspondan conforme al apartado 3.2) <sup>36</sup>:

Competencias Generales (CG): CG1. CG2. CG3. CG5. CG7. CG8.

Competencias Específicas (CE): CE1. CE2. CE4. CE5. CE6. CE11.

Actividades formativas y competencias a las que corresponden <sup>37</sup>:

- Lección magistral/Conferencias. (CE1. CE2. CE4. CE5. CE6. CE11.)
- Debates. (CG1. CG5. CG7.)
-

- Visitas de Empresas. (CE2.)
- Estudio de Casos. (CG1. CG2. CG3. CG5. CG7)
- Búsqueda de Evidencias. (CG1.)
- Presentaciones Orales. (CG5.)
- Informática especializada (CG8. CG9.)
- Supuestos Prácticos (CG1. CG2. CG3. CG5. CG7)
- Trabajos en Grupo. (CG1. CG2. CG3. CG4. CG5. CG6. CG7. CG8.)

Acciones de coordinación (en su caso):

Sistemas de evaluación y calificación:

Dado que son competencias distintas, cada una requerirá su evaluación y luego la calificación se obtendrá empleando estas ponderaciones:

El servicio de consultoría, estructura y evolución del sector (10%)

- Asistencia y participación: 30%
- Práctica individual: 70%

Design thinking (15%)

- Asistencia y participación en clase: 30%
- Evaluación continua: 70%

Story telling (15%)

- Asistencia y participación en clase: 30%
- Evaluación continua: 40%
- Evaluación final: 30%

Data driven consulting (35%)

- Asistencia y participación en clase: 20%
- Evaluación continua 80%

Análisis de valor (15%)

- Asistencia y participación en clase 30%
- Trabajo en grupo 70%

Nuevas herramientas colaborativas (10%)

- Asistencia y participación en clase 30%
- Práctica individual 70%

Programa de la Asignatura <sup>38</sup>:

- 1- El servicio de consultoría, estructura y evolución del sector
  - 1.1. El servicio consultoría
  - 1.2. Entorno competitivo y principales players
  - 1.3. Evolución de la consultoría de negocio
  - 1.4. El perfil del nuevo consultor
- 2- Herramientas del consultor de negocio
  - 2.1. Design Thinking
    - 2.1.1. Metodología Design Thinking
      - 2.1.1.1. Conceptos y herramientas
      - 2.1.1.2. Etapas de la metodología
      - 2.1.1.3. Observación
      - 2.1.1.4. Definición del problema
      - 2.1.1.5. Selección de soluciones
      - 2.1.1.6. Ejercicios prácticos
    - 2.1.2. Modelos de negocio.

- 2.1.2.1. CANVAS Y LEAN CANVAS
- 2.1.2.2. Propuesta de Valor
- 2.1.2.3. Diseño y presentación soluciones
- 2.2. Story Telling
  - 2.2.1. La técnica del STORYTELLING
    - 2.2.1.1. ¿Conoces mi historia?
    - 2.2.1.2. El storytelling clásico
    - 2.2.1.3. Grandes historias de marcas: el storytelling que triunfa.
  - 2.2.2. La evolución al STORYDOING
    - 2.2.2.1. ¿Y cómo nos diferenciamos de nuestra historia?
    - 2.2.2.2. Del storytelling al storydoing
    - 2.2.2.3. ¡Hagamos storydoing!
- 2.3. Data driven consulting
  - 2.3.1. Arquitecturas Big Data:
    - 2.3.1.1. Caracterización de un ecosistema de Big Data y tipología.
    - 2.3.1.2. Descripción de la arquitectura requerida por una solución de Big Data en cada contexto específico de datos. Capas de diseño y sus componentes
    - 2.3.1.3. Tipología de problemas enfocados con soluciones big data y patrones de arquitectura aplicables en cada caso.
  - 2.3.2. Visualización de Datos:
    - 2.3.2.1. Introducción al análisis visual. Objeto de la capa analítica de visualización de datos en el contexto de los proyectos de consultoría Data Driven.
    - 2.3.2.2. Panorámica de productos / plataformas disponibles
    - 2.3.2.3. Workshop HANDS-ON con Tableau Desktop
      - 2.3.2.3.1. Datos: conexión, manipulación, geocodificación
      - 2.3.2.3.2. Diseño de visualizaciones y Dashboards básicos
      - 2.3.2.3.3. Introducción a visualizaciones y Dashboards avanzados
  - 2.3.3. Data Analytics:
    - 2.3.3.1. Panorámica de objetivos analíticos Data Driven y catálogo de técnicas disponibles
    - 2.3.3.2. Catálogo de herramientas de software disponibles: enfoque, ventajas e inconvenientes diferenciales
    - 2.3.3.3. La lógica del proceso CRISP en el contexto del Data Driven
    - 2.3.3.4. Introducción al análisis de datos:
      - 2.3.3.4.1. Data Engineering: conceptos y procedimientos básicos
      - 2.3.3.4.2. Modelización Predictiva con algoritmos Machine Learning
        - 2.3.3.4.2.1. Predicción de objetivos categóricos: objetivos habituales y descripción de técnicas / algoritmos básicos (Decision Tree, Neural Networks, Logistic Regression, SVM, Naive Bayes)
        - 2.3.3.4.2.2. Predicción de objetivos métricos: casos habituales y aproximaciones técnicas más utilizadas (SVM, Regression)
      - 2.3.3.4.3. Análisis de segmentación:
        - 2.3.3.4.3.1. Tipología del análisis de segmentación
        - 2.3.3.4.3.2. Casos habituales y catálogo de aproximaciones técnicas utilizadas (kNN, Two-Step)
      - 2.3.3.4.4. Análisis geoespacial: objetivos, utilidad y herramientas y enfoques analíticos utilizados
    - 2.3.3.5. Particularidades de la modelización en un contexto de Big Data: combinación de modelos, algoritmos específicos (Random Forest, Deep Learning, Adaboost)
    - 2.3.3.6. Protocolos y técnicas de Validación y Evaluación de modelos
  - 2.3.4. Masterclass: Presentación detallada de un caso real de consultoría Data Driven por parte del Consultor y de la persona de la empresa involucrada en el análisis. Descripción del objetivo y desafío analítico. Diseño del proyecto (recursos, planificación, comunicación, presupuesto). Solución analítica del problema (enfoque y herramientas utilizadas). Deployment del resultado.

- 2.4. Análisis e Ingeniería del valor
  - 2.4.1. Metodología para implementarlo
  - 2.4.2. Ventajas y Limitaciones
- 2.5. Nuevas herramientas colaborativas
  - 2.5.1. Herramientas de trabajo colaborativo en equipo
  - 2.5.2. Herramientas de trabajo colaborativo con el cliente

Equipo docente de la asignatura (nombre, apellido y Centro de adscripción)

- José Ramón Alonso. Accenture.
- Beatriz Marín Riaño. Accenture.
- José Ramón Alonso. Accenture.
- Marta López González de León. Accenture.
- Cristina Esteban Alberdi: Profesora Contratada Doctora. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Alejandro Fernández de las Peñas: Fundación La Caixa.
- Rafael de Arce Borda: Profesor Contratado Doctor. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Coro Chasco Irigoyen: Profesora Contratada Doctora. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Ramón Mahía Casado: Profesor Contratado Doctor. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Eva Medina Moral: Profesora Contratada Doctora. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Álvaro Méndez López: Profesor Asociado. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Nieves Milton. Accenture.

Asignatura N° 9 (Mód. II) : El desarrollo profesional del consultor de negocio

Número de créditos (mín. 3 ECTS): 6

Carácter (obligatoria/optativa): Obligatoria

Carácter (presencial/ no presencial): Presencial

Periodo lectivo de impartición: 1er y 2do trimestre

Requisitos previos (en su caso):

Competencias (enumere las que correspondan conforme al apartado 3.2) <sup>39</sup>:

Competencias Generales (CG): CG1. CG2. CG3. CG4. CG5. CG6. CG7. CG8. CG9.

Competencias Específicas (CE): CE1. CE10.

Actividades formativas y competencias a las que corresponden <sup>40</sup>:

- Lección magistral (CE1. CE10.)
- Estudio de Casos. (CG1. CG2. CG3. CG5. CG7)
- Búsqueda de Evidencias. (CG1.)
- Debates (CG1. CG5. CG7.)
- Presentaciones Orales. (CG5)
- Supuestos prácticos. (CG1. CG2. CG8.)
- Trabajos en Grupo. (CG1. CG2. CG3. CG4. CG5. CG6. CG7. CG8.)
- Trabajos Individuales. (CG1. CG4. CG5.)

Acciones de coordinación (en su caso):

Las acciones de coordinación irán encaminadas a fomentar la transversalidad con el resto de contenidos.

Es vital tener en cuenta la interdependencia de disciplinas para poder detectar las capacidades dinámicas, cambiar su base de contenidos y fomentar la toma de decisiones oportuna orientada al mercado.

Sistemas de evaluación y calificación:

Asistencia a clase	20%
Evaluación continua	80%
Examen final	0%
TOTAL (la suma debe ser	100%)

Programa de la Asignatura 41:

1- El desarrollo profesional del consultor de negocio

1.1. Skills del consultor de negocio

1.1.1. Trabajo en equipo y Gestión del Conocimiento

1.1.1.1. Participación y construcción de valor

1.1.1.2. Recursos para compartir y gestionar el conocimiento

1.1.1.3. Colaborar y participar en el entorno 4.0

1.1.2. El consultor y la comunicación

1.1.2.1. Principios de influencia

1.1.2.2. La persuasión en el proceso de comunicación

1.1.3. Organización y Gestión del Tiempo

1.1.3.1. Principios generales de la gestión del día a día.

1.1.3.2. Principios básicos de Productividad

1.1.3.3. Principios básicos de Gestión del Correo electrónico

1.1.3.4. Principios básicos de la productividad en las reuniones

1.1.4. Comunicación escrita

1.1.4.1. Redacción y edición de textos

1.1.5. Análisis y resolución de problemas

1.1.5.1. Heurísticos y sesgos.

1.1.5.2. Vulnerabilidad y Riesgo

1.1.6. Negociación y gestión de conflictos

1.1.6.1. El mapa de la negociación

1.1.6.2. Estrategias de afrontamiento

1.1.6.3. Empatía

1.1.7. Gestión de la diversidad

1.1.7.1. Prejuicios y estereotipos

1.1.7.2. Exclusión

1.1.7.3. Evolución a la diversidad

1.1.7.4. Igualdad de Oportunidades: Conciliación y corresponsabilidad.

1.1.7.5. Conflicto intergeneracional

1.1.8. Liderazgo.

1.1.8.1. Poder, dirección y liderazgo

1.1.8.2. Participación y motivación

1.2. Autoconocimiento y adaptación al entorno

1.2.1. Inteligencia emocional: Competencias personales

1.2.1.1. Mindfulness y control emocional.

1.2.1.2. Nuestro punto ciego y los modelos mentales

1.2.1.3. Descubrimiento del potencial individual para ser consultores del cambio social

1.2.2. Interlocución y estilos sociales

Equipo docente de la asignatura (nombre, apellido y Centro de adscripción)

- Laura Marcela Ortiz Zapata: Mushing Consulting, S.L.
- Jesus De Miguel Calvo: Profesor Contratado Doctor. Facultad de Psicología. Centro para la Efectividad Organizacional, Talento UAM.
- Luis Unceta Gómez: Profesor Contratado Doctor. Facultad de Filosofía y Letras.
- Daniel Villalba Vila: Catedrático. Profesor Honorario. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Jonathan Benito Sipos: Profesor Contratado Doctor. Facultad de Ciencias.
- Hermógenes Del Real Álvarez: Coordinador de la Asignatura. Profesor Asociado. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Centro para la Efectividad Organizacional, Talento UAM.
- Antonio Herranz: Digital Senior Manager. Accenture.

Módulo de Prácticas Externas (en su caso):

Número de créditos: 20 ECTS

Descripción de las prácticas [máx. 750 caracteres o 10 líneas]:

Las prácticas externas se realizarán a través de un convenio entre la Universidad Autónoma de Madrid y Accenture. Dichas prácticas tienen como objetivo que el estudiante pueda aplicar y complementar los conocimientos adquiridos en las clases presenciales y favorezca el desarrollo de competencias necesarias para su actividad profesional como consultor.

Los estudiantes participarán activamente en los proyectos de consultoría más innovadores para empresas líderes nacionales e internacionales. Durante su periodo de prácticas, los estudiantes tendrán la oportunidad de aplicar sus conocimientos tecnológicos a casos reales, en espacios seguros. Adicionalmente entrenarán los comportamientos ligados a la forma de trabajar de nuestros profesionales, como son el trabajo en equipo de forma colaborativa, la innovación, las habilidades necesarias en entornos de transformación y las capacidades creativas en entornos diversos.

Los estudiantes tendrán acceso a proyectos reales, donde vivirán la oportunidad de aprender tecnologías y metodologías de trabajo en equipo. El mercado actual abre un mundo de posibilidades y tecnologías que evolucionan constantemente.

Entidades colaboradoras para las prácticas externas:

Accenture o empresas del grupo

Sistemas de evaluación y calificación de las prácticas [máx. 500 caracteres u 8 líneas]:

La evaluación de las prácticas externas corresponde al tutor profesional y al tutor académico. El tutor académico solicitará al estudiante un informe semanal de seguimiento con las tareas desarrolladas y la formación recibida. De esta forma el tutor podrá controlar el cumplimiento de los objetivos de las prácticas.

Al finalizar el periodo de prácticas, el estudiante deberá presentar una memoria final de las prácticas al tutor académico.

El tutor académico solicitará al tutor profesional el cuestionario de evaluación del estudiante y calificará las prácticas considerando el seguimiento, la memoria de prácticas y la calificación del tutor profesional.

Trabajo Fin de Título:

Número de créditos (máx. 12 ECTS): 6 ECTS

Descripción del Trabajo Fin de Título [máx. 750 caracteres o 10 líneas]:

Para determinar que el estudiante ha adquirido las competencias previstas en el Master, deberá desarrollar en equipo un proyecto que suponga la resolución de un reto de negocio real en el ámbito de la consultoría.

Para ello, se organizará una sesión conjunta de todos los estudiantes en la que se planteará el caso, se definirá la composición de cada equipo, se asignarán los mentores (tutores académicos) y se presentarán las indicaciones necesarias para su ejecución.

Los mentores dirigirán, asesorarán y supervisarán a los estudiantes en sus retos.

Cada equipo desarrollará un informe explicativo del proyecto realizado y una presentación.

Los proyectos deberán ser defendidos ante un Tribunal compuesto por profesores del Master, con la posible asistencia de profesionales de Accenture.

Sistema de evaluación del trabajo fin de Título [máx. 500 caracteres u 8 líneas]:

Para evaluar el Trabajo Fin de Master se utilizarán los siguientes criterios:

- ❖ Evaluación por parte del mentor (tutor académico) (30%)
- ❖ Evaluación por parte del Tribunal:
  - Trabajo realizado e informe escrito (35%)
  - Presentación oral y discusión (35%)

## 7. PERSONAL ACADÉMICO

### 7.1. Profesorado UAM <sup>42</sup>.

APELLIDOS	NOMBRE	FACULTAD /CENTRO	CATEGORÍA ACADÉMICA	DOCENCIA IMPARTIDA		
				Menos de 1 ECTS	Entre 1 y 3 ECTS	Más de 3 ECTS
Aguado García	David	CCEEyEE	Asociado	X		
Arce Borda, de	Rafael	CC.EE y EE	Contratado Doctor	X		
Bacigalupo Saggese	Silvina	Derecho	Catedrática	X		
Benito Sipos	Jonathan	Ciencias	Titular	X		
Bergés Lobera	Ángel	CCEEyEE	Catedrático	X		
Borrajo Millán	Fernando	CCEEyEE	Contratado Doctor		X	
Bueno Hernández	Yolanda	CCEEyEE	Contratado Colaborador	X		
Cermeño Mediavilla	Eduardo	EPS	Profesor Asociado	X		
Chasco Irigoyen	Coro	CC.EE y EE	Contratado Doctor	X		
De Andrés Alonso	Pablo	CCEEyEE	Catedrático	X		
De Miguel Calvo	Jesús	Psicología	Titular	X		

De Pablo López	Isidro	CCEEyEE	Catedrático		x	
Del Real Álvarez	Hermógenes	CCEEyEE	Asociado	x		
Delgado Calvo	Antonio	Psicología	Asociado	x		
Escat Cortés	María	CCEEyEE	Asociado	x		
Esteban Alerdi	Cristina	CCEEyEE	Contratado Doctor		x	
Gallardo Olmendo	Fernando	CCEEyEE	Contratado Doctor	x		
García Dorado	José Luis	EPS	Contratado Doctor	x		
Garrido Merchán	Eduardo César	EPS	Ayudante	x		
Garrote Fernández-Díaz	Ignacio Javier	Derecho	Titular	x		
Gifre Renon	Lluis	EPS	Ayudante-Doctor	x		
González de Rivera Peces	Guillermo	EPS	Contratado Doctor	x		
Holgado Corrales	Jesús	CCEEyEE	Asociado		x	
Lamothe Fernández	Prosper	CCEEyEE	Catedrático	x		
López Maza	Sebastián	Derecho	Titular	x		
Llorente Álvarez	Guillermo	CCEEyEE	Titullar	x		
Macías Iglesias	José Antonio	EPS	Profesor Titular	x		
Mahía Casado	Ramón	CC.EE y EE	Contratado Doctor	x		
Medina Moral	Eva	CC.EE y EE	Contratado Doctor	x		
Méndez López	Alvaro	CC.EE y EE	Asociado	x		
Mendoza Resco	Carmen	CCEEyEE	Contratado Doctor	x		
Monjas Barroso	Manuel	CCEEyEE	Titular	x		
Montañés García	Fernando	CCEEyEE	Asociado	x		
Morcillo Ortega	Patricio	CCEEyEE	Catedrático	x		
Muelas Recuenco	David	EPS	Ayudante LOU	x		
Ontiveros Baeza	Emilio	CCEEyEE	Catedrático	x		
Rodríguez Antón	José Miguel	CCEEyEE	Catedrático	x		
Rozano Suplet	Mercedes	CCEEyEE	Contratado Doctor	x		
Salmador Sánchez	M <sup>a</sup> Paz	CCEEyEE	Titular	x		
Sánchez Fernández	Flor	Psicología	Titular	X		

Suárez Suárez	Nuria	CCEEyEE	Contratado Doctor	X		
Úbeda Mellina	Fernado	CCEEyEE	Titular	X		
Unceta Gómez	Luis	Filosofía	Contratado Doctor	X		
Vaz Antunes Pereira Correia	Ricardo	CCEEyEE	Contratado Doctor	X		
Villalba Villa	Daniel	CC.EE y EE	Catedrático	X		

## 7.2 Profesorado EXTERNO a la UAM

APELLIDOS	NOMBRE	FACULTAD /CENTRO	CATEGORÍA ACADÉMICA	DOCENCIA IMPARTIDA		
				Menos de 1 ECTS	Entre 1 y 3 ECTS	Más de 3 ECTS
Adrada	Francisco	Accenture		X		
Alonso	José Ramón	Accenture		X		
Arroyo Guardado	David	CSIC	Científico Titular	X		
Cantera Álvarez	José	Accenture		X		
Dieguez	Luis	Accenture		X		
Esponera Aguilar	José Carlos	Accenture		X		
Fernández de la Peña	Alejandro	Fundación Bancaria La Caixa		X		
Flecha	Miguel	Accenture		X		
Gallego Rodríguez	Carlos	Accenture		X		
Herránz	Antonio	Accenture		X		
Herrería	Benigno	Accenture		X		
López	Marta	Accenture		X		
López Moreno	Elisa	IZO The Experience Desing Company	Project Manager Customer Experience	X		
Marín	Beatriz	Accenture		X		
Martín García	David		Investigador Transparencia Internacional	X		
Milton	Nieves	Accenture		X		
Montañez	Miguel	Accenture		X		

Moreno- Figueroa Sendino	Carlos	Uptoyou Advertising	Director General	X		
Ortiz Zapata	Laura	Mushin Consultores		X		
Sánchez Alvarez	Marta	Accenture		X		
Torres García	Manuel	Accenture		X		

\*Deberá adjuntarse *currículum vitae* de los profesores externos

### 7.3. Recursos Humanos: apoyo administrativo o técnico previsto [máx. 500 caracteres u 8 líneas]

Desde la FUAM se prestarán los servicios de comunicación y de secretaría académica de apoyo a la Dirección Académica del Master:

- Acciones de Marketing para lograr la captación de estudiantes.
- Colaboración en la atención y en la difusión de información a los interesados en el programa.
- Colaboración en el proceso de preinscripción, selección y matrícula.
- Gestiones diversas en sigma para altas, expedientes de alumnos, calificaciones y cierre del Master.
- Control de pagos de alumnos.
- Colaboración en la gestión de becas.
- Alta y gestión del espacio Moodle, colaboración con profesores.
- Gestión de las prácticas externas.
- Colaboración en preparación de la clausura del Master.

Adicionalmente, se contará con el apoyo de un administrativo contratado en horario de tarde para dar apoyo a estudiantes y profesores y atender cualquier incidencia que pueda surgir durante las sesiones presenciales.

## 8. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

### 8.1 Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles para el Título en el Centro previsto como lugar de impartición [máx. 1000 caracteres o 15 líneas]

Como se indica anteriormente, el número de estudiantes puede llegar hasta los 60. Esto supone la necesidad de 2 aulas con capacidad para 30 estudiantes cada una. Estas aulas deberán estar dotadas con proyector y con pupitre móvil para poder realizar distintas dinámicas. Se propone que se imparta en aulas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

También será necesario que utilicen distinto software, lo que supone que en algunos casos sea necesario utilizar aulas de informática si el software no se puede utilizar con licencias en red de la UAM.

En el caso de las masterclasses, se unirán los dos grupos, con lo que será necesaria un aula con capacidad para 60 estudiantes o bien la Sala de Conferencias de la Facultad.

## 8.2 Previsión de adquisición de los recursos materiales y servicios necesarios con cargo al presupuesto del título [máx. 1000 caracteres o 15 líneas].

En principio, si se dispone de las instalaciones que se indican en el apartado anterior, no será necesario adquirir recursos materiales más allá de algún material fungible o fotocopias. Pero sí será necesario pagar algunas licencias de programas específicos que funcionan en web que serán empleados en algunas asignaturas.

## 9. RESULTADOS PREVISTOS

Valores cuantitativos estimados para los indicadores y su justificación.

TASA DE GRADUACIÓN	90 %
TASA DE ABANDONO	10 %
TASA DE EFICIENCIA	90 %

Justificación de las estimaciones realizadas.

El Master que se presenta es una nueva titulación por lo que no hay datos ni evidencias que nos permitan calcular estos resultados con rigor. La experiencia de otras titulaciones indica que en estudios de posgrado, un estudiante que se matricula tiene interés en los mismos. Por eso, se estima que la tasa de abandono estará por debajo del 10%. También, en este caso, la posibilidad de incorporación a la firma, hará que los estudiantes que cursen el master lo terminen en la propia edición, de ahí las tasas propuestas de graduación y eficiencia.

## 10. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO

Este título está sometido al Sistema de Garantía Interna de la Calidad (SGIC) de los títulos propios de la UAM

## 11. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

### 11.1 Cronograma de implantación de la titulación (por semanas)

\*Horario 15:00-19:00 (4 horas)

	<b>SEMANA Núm</b>	<b>1</b>	<b>Horario*</b>	
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Nº Horas</b>	<b>Profesor/es</b>
L		Presentación	1	Yolanda Bueno / Begoña Santos
		Actividad integración	3	Alejandro Martínez

M	1	1.1.Implantación de los elementos de la estrategia	2	Fernando Borrajo
	8	8.1.1. Masterclass El servicio de consultoría.	2	José Ramón Alonso
X	1	1.2. Análisis del Entorno Geoestratégico y tecnológico	4	Emilio Ontiveros
J	9	9.2.1. Inteligencia emocional	4	Jesús de Miguel Calvo
V				
	<b>SEMANA Núm</b>	<b>2</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	1	1.3.Estrategia y Transformación Digital	4	Fernando Borrajo
M	9	9.2.1. Inteligencia emocional	4	Jesús de Miguel Calvo
X	1	1.4.Implantación y Control estratégico: herramientas y experiencia con un simulador.	2	Isidro de Pablo
	6	6.1.1.Finanzas de Empresa: Función financiera de la empresa	2	Manuel Monjas Barroso
J	9	9.1.1. Trabajo en equipo y Gestión del conocimiento	4	Laura Ortiz
V	9	9.1.1. Trabajo en equipo y Gestión del conocimiento	2	Laura Ortiz
	8	8.1.2. Masterclass. Entorno competitivo y principales players	2	Beatriz Marín
	<b>SEMANA Núm</b>	<b>3</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	6	6.1.2.Finanzas de Empresa: Valoración de inversiones.Fases y Técnicas	2	Pablo de Andrés Alonso
	5	5.1. La Cadena de Suministro: Intelligent Supply Chain	2	Jesús Holgado
M	9	9.1.2. El consultor y la comunicación	4	Jesús de Miguel Calvo
X	6	6.1.3. Finanzas de Empresa: Fuentes de Financiación	2	Nuria Suárez
	1	1.4.Implantación y Control estratégico: herramientas y experiencia con un simulador.	2	Isidro de Pablo
J	9	9.1.3. Organización y Gestión del Tiempo	4	Jonathan Benito Sipos
V	1	1.4.Implantación y Control estratégico: herramientas y experiencia con un simulador.	2	Isidro de Pablo

	8	8.1.3.Masterclass. Evolución de la consultoría de negocio	2	José Ramón Alonso
	<b>SEMANA Núm</b>	<b>4</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	5	5.1. La Cadena de Suministro: Intelligent Supply Chain	2	Jesús Holgado
	4	4.1.1. Marketign en la era digital: Marketing offline vs marketing online	2	Carlos Moreno-Figueroa
M	9	9.1.3. Organización y Gestión del Tiempo	2	Jonathan Benito Sipos
		9.1.4. Comunicación escrita	2	Luis Unceta
X	1	1.4. Implantación y Control estratégico: herramientas y experiencia con un simulador.	2	Isidro de Pablo
	5	5.1. La Cadena de Suministro: Intelligent Supply Chain	2	Jesús Holgado
J	9	9.1.4. Comunicación escrita	4	Luis Unceta
V				
	<b>SEMANA Núm</b>	<b>5</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	4	4.1.2. Servitización y experiencia de consumo entornos B2C, B2B y B2B2C	2	Mercedes Rozano Suplet
	6	6.1.4.Finanzas de empresa: Estructura financiera, Política de Dividendos y Valor empresarial	2	Ricardo Vaz Antunes Pereira Correia
M	9	9.1.4. Comunicación escrita	2	Luis Uncieta
		9.1.5. Análisis y resolución de problemas	2	Daniel Villalba
X	1	1.5.Aplicación de las estrategias de ventaja competitiva	2	Fernando Borrajo
	4	4.1.3. Consumidor 3.0.	2	Mercedes Rozano Suplet
J	9	9.1.6. Negociación y gestión de conflictos	4	Hermógenes del Real
V	2	2.1. Organización	2	José Miguel Rodríguez
	8	8.1.4. Masterclass. El perfil del nuevo consultor	2	Marta López

	<b>SEMANA Núm</b>	<b>6</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	6	6.1.5. Finanzas de empresa: Valoración de Empresas	2	Fernando Úbeda Mellina
M	9	9.1.6. Negociación y gestión de conflictos	2	Hermógenes del Real
		9.1.5. Análisis y resolución de problemas	2	Daniel Villalba
X	4	4.2.1. De la estrategia multicanal y omnicanal a commerce everywhere	4	Mercedes Rozano Suplet
J	2	2.1. Organización	2	José Miguel Rodríguez
	1	1.5. Aplicación de las estrategias de ventaja competitiva	2	Fernando Borrajo
V				
	<b>SEMANA Núm</b>	<b>7</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	5	5.1. La Cadena de Suministro: Procurement	2	Jesús Holgado
	2	2.1. Organización	2	José Miguel Rodríguez
M	3	3.1.1. Disrupción tecnológica y su impacto en la empresa: Cloud	4	José Luis García Dorado
X	2	2.1. Organización	2	José Miguel Rodríguez
	5	5.1. La Cadena de Suministro: Procurement	2	Jesús Holgado
J				
V				
	<b>SEMANA Núm</b>	<b>8</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	4	4.2.2. Estrategia CEM	2	Elisa López
	2	2.2.1. Estrategia de Dirección de Personas	2	Hermógenes del Real
M	9	9.1.7. Gestión de la Diversidad	4	Hermógenes del Real
X	2	2.2.1. Personas: Estrategia de Dirección de Personas	2	Hermógenes del Real
	4	4.2.2. Estrategia CEM	2	Elisa López
J	8	8.2.1. Herramientas del consultor de negocio: Desing Thinking	4	Cristina Esteban
V				

<b>SEMANA Núm 9</b>				
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	4	4.2.3. Aplicación Customer Journey Map	4	Elisa López
M	9	9.1.8. Liderazgo	4	Jesús de Miguel
X	6	6.2.1. Finanzas de Mercado: El sistema financiero	2	Carmen Mendoza Resco
	2	2.2.2. Selección	2	María Escat
J	8	8.2.1. Herramientas del consultor de negocio: Design Thinking	4	Cristina Esteban
V	1	1.6. Estrategias de crecimiento	2	Fernando Borrajo
	7	7.1.1. Tendencias por sector de actividad: El nuevo retail	2	Luis Dieguez
<b>SEMANA Núm 10</b>				
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	4	4.3.1. Estrategia comunicación digital	4	Carlos Moreno Figueroa
M	8	8.2.2. Herramientas del consultor de negocio: Story Telling	4	Alejandro Martínez
X	6	6.2.2. Finanzas de Mercado: Mercados Monetarios y de Deuda	2	Fernando Gallardo Olmedo
	1	1.6. Estrategias de crecimiento	2	Fernando Borrajo
J	9	9.1.8. Liderazgo	2	Jesús de Miguel
V	2	2.2.3. Formación	2	Flor Sánchez Fernández
	7	7.1.2. Tendencias por sector de actividad: Los nuevos players digitales (GAFA)	2	José Cantera
<b>SEMANA Núm 11</b>				
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	5	5.1. La Cadena de Suministro: Omnichannel	2	Jesús Holgado
	6	6.2.3. Finanzas de Mercado: Mercados de Renta Variable	2	Prosper Lamothé Fernández
M	8	8.2.2. Herramientas del consultor de negocio: Story Telling	4	Alejandro Martínez
X	5	5.1. La Cadena de Suministro: Omnichannel	2	Jesús Holgado

J	1	1.7. Estrategias de internacionalización y de diversificación	4	Angel Bergés
V	8	8.2.3.1. Herramientas del consultor de negocio: Data driven consulting. Arquitectura Big Data	2	Álvaro Méndez
	7	7.1.3: Tendencias por sector de actividad: La transformación digital y el sector público	2	Manuel Torres
	<b>SEMANA Núm</b>	<b>12</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	4	4.3.2. Herramientas comunicación digital	4	Fernando Montañes
M	8	8.2.3.2. Herramientas del consultor de negocio: Data driven consulting. Visualización de Datos.	4	Álvaro Méndez
X	3	3.1.2. Disrupción tecnológica y su impacto en la empresa: Block Chain	4	David Arroyo
J				
V				
	<b>SEMANA Núm</b>	<b>13</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	6	6.2.4. Finanzas de Mercado: Mercados Derivados	2	Guillermo Llorente Álvarez
	1	1.8. Estrategias de Innovación	2	Patricio Morcillo
M	4	4.3.3. Monitorización presencia online	4	Fernando Montañes
X	1	1.8. Estrategias de Innovación	2	Patricio Morcillo
	2	2.2.3. Formación	2	Flor Sánchez Fernández
J	9	9.2.2. Autoconocimiento y adaptación al entorno: Interlocución y estilos sociales	4	Antonio Herranz
V	3	3.1.3. Disrupción tecnológica y su impacto en la empresa: Inteligencia Artificial	2	Eduardo Garrido Merchán
	7	7.1.4. Tendencias por sector de actividad: Transformación del sector de las comunicaciones	2	José Carlos Esponera
	<b>SEMANA Núm</b>	<b>14</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	7	7.2.1. Regulación	2	X

		7.2.2. Modelos de colaboración y contratación de servicios		
	1	1.8 Estrategias de innovación	2	Patricio Morcillo
M	8	8.2.3.3. Herramientas del consultor de negocio: Data driven consulting. Data Analytics.	4	Rafael de Arce
X	1	1.8. Estrategias de Innovación	2	Patricio Morcillo
	3	3.1.4. Disrupción tecnológica y su impacto en la empresa: Robotics	2	Guillermo González de Rivera
J	9	9.2.2. Autoconocimiento y adaptación al entorno: Interlocución y estilos sociales	4	Antonio Herranz
V				
	<b>SEMANA Núm</b>	<b>15</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L				
M	2	2.2.4. Desarrollo	2	Antonio Delgado
	1	1.9. Knowledge Management e intangibles	2	M <sup>a</sup> Paz Salmador
X	3	3.1.5. Disrupción tecnológica y su impacto en la empresa: Nuevas formas de interacción con el cliente	4	José Antonio Macias
J	8	8.2.3.3. Herramientas del consultor de negocio: Data driven consulting. Data Analytics.	4	Eva Medina
V	3	3.1.6. Disrupción tecnológica y su impacto en la empresa: Data driven companies	2	Eduardo Cermeño
	7	7.1.5.Tendencias por sector de actividad: Fintech. La nueva realidad del sector financiero.	2	Miguel Montañez
	<b>SEMANA Núm</b>	<b>16</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	5	5.2. Proyectos	2	Jesús Holgado
	8	8.2.3.3. Herramientas del consultor de negocio: Data driven consulting. Data Analytics	2	Ramón Mahía
M	8	8.2.3.3. Herramientas del consultor de negocio: Data driven consulting. Data Analytics.	4	Ramón Mahía

X	3	3.1.7. Disrupción tecnológica y su impacto en la empresa: New Platforms	2	David Muelas Recuenco
	2	2.2.4. Desarrollo	2	Antonio Delgado
J	2	2.2.4. Desarrollo	2	Antonio Delgado
	5	5.2. Proyectos	2	Jesús Holgado
V	7	7.2.3. Aspectos de propiedad intelectual	2	Ignacio Garrote
		7.1.6.Tendencias por sector de actividad: La transformación del sector de viajes y turismo	2	Miguel Flecha
	SEMANA Núm	17		
	Nº Asignatura	Tema/s	Horario	Profesor/es
L				
	5	5.2. Proyectos	2	Jesús Holgado
M	8	8.2.3.3. Herramientas del consultor de negocio: Data driven consulting. Data Analytics	4	Coro Chasco
X				
	3	3.1.8. Disrupción tecnológica y su impacto en la empresa: Internet of Things(IoT). Industry X.0	4	Lluis Gifre
J	2	2.2.4. Desarrollo	2	Antonio Delgado
	5	5.2. Proyectos	2	Jesús Holgado
V	8	8.2.3.4. Herramientas del consultor de negocio: Caso real Data driven consulting.	2	Ramón Mahía
	SEMANA Núm	18		
	Nº Asignatura	Tema/s	Horario	Profesor/es
L	7	7.2.4. Régimen jurídico de la protección de datos personales	2	Sebastián López
	5	5.2. Proyectos	2	Jesús Holgado
M	8	8.2.4. Herramientas del consultor de negocio: Análisis de Valor	4	José Ramón Alonso
X	3	3.2.1. Transformación del rol de CIO 3.2.2 De ERP a Plataformas inteligentes 3.2.3. Mapa de Sistemas Corporativos	4	Eduardo Cermeño
J	6	6.3.1. Back Office Inteligente	4	Francisco Adrada
V	5	5.2. Proyectos	2	Jesús Holgado
	7	7.1.7. Tendencias por sector de actividad: La transformación del sector industrial	2	Carlos Gallego

	<b>SEMANA Núm</b>	<b>19</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	5	5.2. Proyectos	2	Jesús Holgado
	3	3.2.4. Arquitecturas digitales y modelos IT	2	Eduardo Cermeño
M	8	8.2.4. Herramientas del consultor de negocio: Análisis de Valor	2	José Ramón Alonso
X	5	5.3. Análisis de Procesos	2	Yolanda Bueno
	2	2.2.5. Personas: E-RH	2	David Aguado
J	6	6.3. 2. Back Office Inteligente. Global Business Services	4	José Ramón Alonso
V	2	2.2.5. Personas: E-RH	2	David Aguado
	7	7.1.8.Tendencias por sector de actividad: La evolución de las utilities	2	Marta Sánchez
	<b>SEMANA Núm</b>	<b>20</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L	2	2.2.5. Personas: E-RH	2	David Aguado
	5	5.3. Mejora de Procesos	2	Yolanda Bueno
M	7	7.2.5. Ética en la empresa y los negocios	2	David Martínez /Silvina Bacigalupo
		7.2.6. Cultura empresarial y Compliance	2	David Martínez /Silvina Bacigalupo
X	3	3.2.5. Ciberseguridad	4	David Arroyo
J	6	6.3.3. Back Office Inteligente. ZBx	4	Benigno Herrería
V	8	8.2.5. Herramientas del consultor de negocio: Nuevas Herramientas Colaborativas	4	Nieves Milton
	<b>SEMANA Núm</b>	<b>21</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>	<b>Horario</b>	<b>Profesor/es</b>
L		Reto Empresarial	4	José Ramón Alonso
M				
X				
J				
V				
	<b>SEMANA Núm</b>	<b>25</b>		
	<b>Nº Asignatura</b>	<b>Tema/s</b>		
L		Presentación TFM		
M		Presentación TFM		

## 12. OBSERVACIONES

La justificación de la presente propuesta ha sido elaborada acorde con la experiencia docente, investigadora y de gestión que reúne la Universidad Autónoma de Madrid y la FUAM. Ponerla en marcha de la mano de Accenture supone una oportunidad que permitiría poner en valor el prestigio y el potencial de nuestra Universidad.

---

<sup>1</sup> Deberá indicarse en cada caso el nombre, apellidos, categoría académica y universidad o centro de adscripción, correo electrónico (si se trata de personal de la UAM, debe indicarse el correo institucional) y número de teléfono.

Las enseñanzas propias con duración de 60 a 120 créditos europeos tendrán, al menos, un director, un subdirector y una comisión responsable de la organización y desarrollo del título. Si la formación es de posgrado, al menos un director deberá ser doctor. Al menos un director y el subdirector deberá ser profesor de la Universidad Autónoma de Madrid o de sus centros adscritos.

Las enseñanzas propias con duración de 20 a 60 créditos europeos, tendrán al menos un director y una comisión responsable de la organización y desarrollo del título. Al menos un director deberá ser profesor de la Universidad Autónoma de Madrid o de sus centros adscritos. (Art. 16 de la Normativa sobre enseñanzas propias y formación continua de la Universidad Autónoma de Madrid)

<sup>2</sup> Según Directrices de Ordenación Académica de la Comisión de Estudios de Posgrado y de Formación Continua de la UAM, los títulos propios sólo podrán tener carácter presencial o semipresencial, no pudiendo impartirse íntegramente en modalidad no presencial u *on line*.

En el caso de máster con docencia «presencial» el número mínimo de horas de docencia presencial se corresponderá con la mitad de los créditos del título (por tanto, en el caso de másteres de 60 créditos serán, con carácter general, 300 horas, correspondientes a 30 créditos ECTS), en las que no se deben incluir las tutorías, las prácticas en empresas o instituciones o los trabajos fin de máster. En el caso de máster con docencia «semipresencial» el número mínimo de horas de docencia presencial será de 150 horas (equivalente a 15 créditos ECTS), en las que tampoco se deben incluir las tutorías, las prácticas en empresas o instituciones o los trabajos fin de máster.

La aplicación de estos requisitos al resto de Títulos Propios de la UAM deberá realizarse de manera proporcional. Es decir, un título experto de 20 créditos debe ofrecer al menos 100 horas de formación presencial.

<sup>3</sup> En todos los estudios propios, el número de becas ofrecidas deberá corresponderse, al menos, con el 10% del total de las plazas ofertadas (pudiendo ajustarse, posteriormente, para que se corresponda con el 10% de las plazas efectivamente cubiertas).

---

<sup>4</sup> Describa brevemente los aspectos relativos a la trayectoria de la entidad colaboradora que puedan considerarse relevantes para valorar la idoneidad de dicha colaboración.

<sup>5</sup> Téngase en cuenta que los títulos propios y, en particular, los másteres propios, son programas de formación orientados principalmente a la especialización profesional. En consecuencia, no proporcionan acceso a programas de doctorado ni habilitan para el ejercicio de profesiones reguladas (Reales Decretos 55/2005, de 21 de enero y 1393/2007, de 29 de octubre). A la vista de lo anterior, en ningún caso podrá hacerse referencia a la capacitación para la investigación o para el doctorado ni en la justificación del título ni en sus objetivos o competencias, así como en ningún otro apartado de esta memoria académica.

<sup>6</sup> **Se recomienda numerar las competencias (ejemplo C.1., C.2., C.3. ...) e incluir una breve descripción de cada una de ellas.**

<sup>7</sup> Deberán señalarse los ámbitos académicos, institucionales, empresariales o de otro tipo que resulten más apropiados, a juicio de los responsables, para la difusión del título y que presenten mayor potencial de captación de estudiantes, con identificación de instituciones y/o empresas concretas en las que tal difusión resultaría aconsejable.

<sup>8</sup> Sin perjuicio de la información general suministrada a través de la página Web de la UAM una vez aprobado el título, indique los canales de información que la dirección del título tiene previsto habilitar para informar a los estudiantes sobre el contenido académico, los procedimientos y plazos de preinscripción, admisión y matrícula, las tasas académicas y la documentación necesaria. Entre esos canales, señale al menos una dirección de correo electrónico y especifique si está previsto que el título cuente con una página web propia en el espacio web del Centro en el que se imparte.

<sup>9</sup> Téngase en cuenta lo previsto en el artículo 28 de la Normativa UAM en materia de acceso y admisión a las enseñanzas propias:

*a) Para acceder a los estudios propios de posgrado será necesario estar en posesión de un título universitario oficial o de un título propio que sea considerado adecuado para el acceso por parte de la Comisión de Formación Continua. Asimismo podrán acceder los titulados universitarios conforme a sistemas educativos extranjeros sin necesidad de la homologación de sus títulos, siempre que acrediten un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que faculten en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de posgrado.*

*b) La Comisión de Estudios de Posgrado y Formación Continua examinará el procedimiento de equivalencias de títulos de formación universitaria provenientes de países no integrados en el Espacio Europeo de Educación Superior.*

*c) La Comisión de Estudios de Posgrado y Formación Continua podrá eximir a candidatos a estudios propios de posgrado del requisito del título correspondiente mediante el análisis de la documentación que acredite una notable experiencia profesional que garantice el logro de las competencias del perfil de acceso en el campo de actividades propias del curso. La Comisión de Estudios de Posgrado y Formación Continua establecerá los criterios que se deberán tener presentes para evaluar la experiencia profesional.*

---

*d) La Comisión de Estudios Posgrado y Formación Continua podrá autorizar la admisión a aquellos estudiantes a quienes les falte alguna asignatura para obtener los correspondientes requisitos de acceso con las condiciones que se determinen. En cualquier caso, la acreditación de los estudios realizados quedará subordinada a que la finalización de los estudios exigidos como condición de acceso sea anterior a la finalización del curso siguiente al del correspondiente título propio en el que se matricula.*

*e) El régimen de acceso a otras enseñanzas propias vendrá determinado por la memoria académica, previa autorización de la Comisión de Estudios de Posgrado y Formación Continua.*

*f) En el caso de los Cursos de Formación Continua que formen parte de estudios oficiales, el acceso vendrá determinado por el nivel de dichos estudios. Los estudiantes se matricularán en los estudios oficiales con un acceso diferenciado y tendrán derecho a la obtención de un certificado*

*g) En la memoria académica del título se podrán establecer requisitos adicionales para la admisión de estudiantes a las enseñanzas propias.*

<sup>10</sup> Se especificarán los criterios que se consideren oportunos (v. gr. titulaciones preferentes, expediente académico, experiencia profesional, entrevista personal, etc) indicándose el porcentaje de prioridad para la admisión que otorga cada uno de ellos.

En el caso de los becarios, entre los criterios de selección deberán tomarse en consideración, entre otros posibles, los siguientes: (i) estar desempleado, (ii) situación socio-económica, (iii) expediente académico, debiendo indicarse asimismo el porcentaje de prioridad para la obtención de la beca que otorga cada uno de ellos. .

<sup>11</sup> Un crédito corresponde a 25 horas de trabajo del alumno: el ratio habitual es de 10 horas de formación presencial y 15 horas de trabajo autónomo del estudiante. No obstante, el número de horas de formación presencial podrá quedar establecido en 8 horas por crédito (1/3 de las horas de trabajo no presencial del estudiante por crédito ECTS) siempre que se justifique una mayor carga de trabajo no presencial por crédito, de acuerdo con el Plan de Estudios del título, y ello sea aprobado para cada título por la Comisión de Estudios de Posgrado y Formación Continua de la UAM.

En el caso de optar por formación «semipresencial» las horas correspondientes a los créditos de formación no presencial u *on line* se computarán en su totalidad (25 horas por crédito) como horas de trabajo del estudiante. Si una asignatura fuese no presencial pero incluyese algún tipo de formación presencial, esta deberá computar en horas de formación presencial. Por ejemplo, en el caso de una asignatura *on line* de un crédito que incluya una videoconferencia de 2 horas de duración, estando el resto de la formación compuesta por actividades, material y pruebas de evaluación *on line*, deberán incluirse dos horas como docencia presencial y 23 como trabajo autónomo del estudiante.

En el caso de títulos de Máster, en ningún caso la suma de las prácticas y el trabajo fin de Máster podrá superar el 50% de los créditos del título. Adviértase, además, que el número de créditos asignado al Trabajo de Fin de Máster no podrá exceder de 12.

De conformidad con lo anterior, en el caso de máster con docencia «presencial» el número mínimo de horas de docencia presencial será con carácter general de 300 horas, correspondientes a 30 créditos ECTS, —o excepcionalmente de 240 horas presenciales, si se aprobase que un número de 8 horas de docencia presencial por crédito—. En ese número de horas de docencia presencial no podrán incluirse en ningún caso las horas correspondientes a

---

tutorías, tutorización de prácticas en empresas o instituciones o de los trabajos fin de máster. En el caso de máster con docencia «semipresencial» el número mínimo de horas de docencia presencial será con carácter general de 150 horas (equivalente a 15 créditos ECTS), en las que tampoco se deben incluir las tutorías, las prácticas en empresas o instituciones o los trabajos fin de máster.

La aplicación de estos requisitos al resto de Títulos Propios de la UAM deberá realizarse de manera proporcional. Es decir, un título experto de 20 créditos debe ofrecer al menos 100 horas de formación presencial.

<sup>12</sup> El Plan de Estudios se dividirá en «Módulos», dentro de los cuales habrá una o varias «Asignaturas» o «Materias», cada una de las cuales tendrá un Programa de contenidos. *Vid.* nota 16 *infra*.

<sup>13</sup> Al consignar las asignaturas asigneles un número entero (del 1 en adelante) inmediatamente antes de su denominación en el recuadro correspondiente.

<sup>14</sup> En esta columna deberá seleccionarse al comienzo la unidad temporal aplicable (trimestre, cuatrimestre, semestre ...) **y se indicará en cada recuadro correspondiente en qué unidad temporal se impartirá cada asignatura (ej. 1, 2, 3...).**

<sup>15</sup> En la medida en que sus contenidos constituyan una unidad de conocimientos y capacitación profesional con cierto grado de independencia, alguno de los módulos o asignaturas incluidas en un máster podrá ofrecerse como título propio de menor duración (Experto, Especialista o Diploma de Formación Superior), o bien como Curso de Corta Duración (si fuese igual inferior a 20 créditos ECTS). En todo caso, la oferta de títulos o enseñanzas de menor duración correspondientes a módulos de un máster no podrá superar los 2/3 de los créditos del máster (excluyendo los correspondientes a prácticas en empresas o instituciones o a los trabajos fin de máster).

Con carácter general, las condiciones de acceso para títulos de menor duración que se correspondan con módulos de un máster deberán ser las establecidas para el acceso al máster. Excepcionalmente, se podrán incluir unidades de menor duración con un perfil de acceso distinto, que deberá quedar especificado en el presente apartado, y su duración en ningún caso podrá ser superior a 1/3 de los créditos del máster (excluyendo los correspondientes a prácticas en empresas o instituciones o a los trabajos fin de máster). En el supuesto que se plantea, dicha excepcionalidad está deberá ser valorada por la Comisión de Estudios de Posgrado y Formación Continua.

<sup>16</sup> Se recomienda que los Planes de Estudio de los Títulos Propios sean estructurados en uno o varios «Módulos», que se dividirán, a su vez, en «Asignaturas» o «Materias», las cuales podrán configurarse como «obligatorias» u «optativas».

Dentro de la ficha correspondiente a cada «Asignatura» o «Materia» deberá especificarse (i) el número de créditos que comprende, que deberá ser entero (sin fracciones), con un mínimo de 3 créditos, (ii) el periodo temporal de impartición, (iii) las competencias relacionadas, (iv) la metodología docente, (v) el Programa de contenidos formativos y (vi) el sistema de evaluación y calificación.

El Programa de contenidos especificará los diversos «Temas» que integran cada asignatura, que a su vez se desarrollarán en «Epígrafes» y «Subepígrafes», de forma que se muestren las actividades formativas concretas dentro de cada tema. Si, con arreglo a la propia naturaleza del estudio propuesto, fuese aconsejable prescindir de la división de los contenidos formativos

---

en «Temas», «Epígrafes» y «Subepígrafes» (por ejemplo, porque tales contenidos consistan en tareas o actividades, se enumerarán las actividades formativas específicas previstas procurando atribuirles un título o denominación breve para su correcta identificación dentro del Programa de contenidos.

A la hora de establecer el Programa de contenidos formativos de las asignaturas o materias, deberá tenerse en cuenta que éstas han de constituir una unidad de formación/aprendizaje con cierta extensión, sistemática y unicidad en cuanto a dichos contenidos. También debe tenerse en cuenta, a efectos de organización académica, que las asignaturas o materias son las unidades de evaluación del título, de modo que una vez implantado este deberán realizarse actas de calificación de los estudiantes independientes por cada una de ellas.

<sup>17</sup> Deben especificarse las competencias que el estudiante va a adquirir en relación con cada asignatura o materia y, necesariamente, se recogerán algunas de las de las indicadas en el apartado 3.2. (Principales Competencias). Las asignaturas no pueden hacer referencia a competencias no recogidas en el punto 3.2. Se recomienda numerar las competencias en este **último apartado 3.2 (ejemplo C.1., C.2., C.3. ...)** y especificar en la ficha correspondiente a cada asignatura los códigos de numeración correspondientes a las competencias relacionadas con dicha asignatura.

<sup>18</sup> En el caso de que el título sea de carácter «semipresencial», además de especificar las actividades formativas correspondientes a la parte de formación presencial (ej. clases magistrales, resolución de casos prácticos en el aula, etc.) y su relación con las competencias deberán especificarse las actividades formativas que integran la docencia no presencial u *on line*.

<sup>19</sup> Se especificarán los temas del programa de la Asignatura y los epígrafes que conforman cada tema. En el supuesto de que el Plan de Estudios se desarrolle en un formato «semipresencial», se deberán especificar para cada tema las distintas actividades formativas que el estudiante deberá realizar en modalidad presencial y no presencial.

<sup>20</sup> Deben especificarse las competencias que el estudiante va a adquirir en relación con cada asignatura o materia y, necesariamente, se recogerán algunas de las de las indicadas en el apartado 3.2. (Principales Competencias). Las asignaturas no pueden hacer referencia a competencias no recogidas en el punto 3.2. Se recomienda numerar las competencias en este **último apartado 3.2 (ejemplo C.1., C.2., C.3. ...)** y especificar en la ficha correspondiente a cada asignatura los códigos de numeración correspondientes a las competencias relacionadas con dicha asignatura.

<sup>21</sup> En el caso de que el título sea de carácter «semipresencial», además de especificar las actividades formativas correspondientes a la parte de formación presencial (ej. clases magistrales, resolución de casos prácticos en el aula, etc.) y su relación con las competencias deberán especificarse las actividades formativas que integran la docencia no presencial u *on line*.

<sup>22</sup> Se especificarán los temas del programa de la Asignatura y los epígrafes que conforman cada tema. En el supuesto de que el Plan de Estudios se desarrolle en un formato «semipresencial», se deberán especificar para cada tema las distintas actividades formativas que el estudiante deberá realizar en modalidad presencial y no presencial.

<sup>23</sup> En el caso de que el título sea de carácter «semipresencial», además de especificar las actividades formativas correspondientes a la parte de formación presencial (ej. clases

---

magistrales, resolución de casos prácticos en el aula, etc.) y su relación con las competencias deberán especificarse las actividades formativas que integran la docencia no presencial u *on line*.

<sup>24</sup> Se especificarán los temas del programa de la Asignatura y los epígrafes que conforman cada tema. En el supuesto de que el Plan de Estudios se desarrolle en un formato «semipresencial», se deberán especificar para cada tema las distintas actividades formativas que el estudiante deberá realizar en modalidad presencial y no presencial.

<sup>25</sup> En el caso de que el título sea de carácter «semipresencial», además de especificar las actividades formativas correspondientes a la parte de formación presencial (ej. clases magistrales, resolución de casos prácticos en el aula, etc.) y su relación con las competencias deberán especificarse las actividades formativas que integran la docencia no presencial u *on line*.

<sup>26</sup> Se especificarán los temas del programa de la Asignatura y los epígrafes que conforman cada tema. En el supuesto de que el Plan de Estudios se desarrolle en un formato «semipresencial», se deberán especificar para cada tema las distintas actividades formativas que el estudiante deberá realizar en modalidad presencial y no presencial.

<sup>27</sup> Deben especificarse las competencias que el estudiante va a adquirir en relación con cada asignatura o materia y, necesariamente, se recogerán algunas de las de las indicadas en el apartado 3.2. (Principales Competencias). Las asignaturas no pueden hacer referencia a competencias no recogidas en el punto 3.2. Se recomienda numerar las competencias en este último apartado 3.2 (ejemplo C.1., **C.2., C.3. ...**) y **especificar en la ficha correspondiente a cada asignatura los códigos de numeración correspondientes a las competencias relacionadas con dicha asignatura.**

<sup>28</sup> En el caso de que el título sea de carácter «semipresencial», además de especificar las actividades formativas correspondientes a la parte de formación presencial (ej. clases magistrales, resolución de casos prácticos en el aula, etc.) y su relación con las competencias deberán especificarse las actividades formativas que integran la docencia no presencial u *on line*.

<sup>29</sup> Se especificarán los temas del programa de la Asignatura y los epígrafes que conforman cada tema. En el supuesto de que el Plan de Estudios se desarrolle en un formato «semipresencial», se deberán especificar para cada tema las distintas actividades formativas que el estudiante deberá realizar en modalidad presencial y no presencial.

<sup>30</sup> Deben especificarse las competencias que el estudiante va a adquirir en relación con cada asignatura o materia y, necesariamente, se recogerán algunas de las de las indicadas en el apartado 3.2. (Principales Competencias). Las asignaturas no pueden hacer referencia a competencias no recogidas en el punto 3.2. Se recomienda numerar las competencias en este **último apartado 3.2 (ejemplo C.1., C.2., C.3. ...)** y **especificar en la ficha correspondiente a cada asignatura los códigos de numeración correspondientes a las competencias relacionadas con dicha asignatura.**

<sup>31</sup> En el caso de que el título sea de carácter «semipresencial», además de especificar las actividades formativas correspondientes a la parte de formación presencial (ej. clases magistrales, resolución de casos prácticos en el aula, etc.) y su relación con las competencias deberán especificarse las actividades formativas que integran la docencia no presencial u *on line*.

---

<sup>32</sup> Se especificarán los temas del programa de la Asignatura y los epígrafes que conforman cada tema. En el supuesto de que el Plan de Estudios se desarrolle en un formato «semipresencial», se deberán especificar para cada tema las distintas actividades formativas que el estudiante deberá realizar en modalidad presencial y no presencial.

<sup>33</sup> Deben especificarse las competencias que el estudiante va a adquirir en relación con cada asignatura o materia y, necesariamente, se recogerán algunas de las de las indicadas en el apartado 3.2. (Principales Competencias). Las asignaturas no pueden hacer referencia a competencias no recogidas en el punto 3.2. Se recomienda numerar las competencias en este **último apartado 3.2 (ejemplo C.1., C.2., C.3. ...)** y **especificar en la ficha** correspondiente a cada asignatura los códigos de numeración correspondientes a las competencias relacionadas con dicha asignatura.

<sup>34</sup> En el caso de que el título sea de carácter «semipresencial», además de especificar las actividades formativas correspondientes a la parte de formación presencial (ej. clases magistrales, resolución de casos prácticos en el aula, etc.) y su relación con las competencias deberán especificarse las actividades formativas que integran la docencia no presencial u *on line*.

<sup>35</sup> Se especificarán los temas del programa de la Asignatura y los epígrafes que conforman cada tema. En el supuesto de que el Plan de Estudios se desarrolle en un formato «semipresencial», se deberán especificar para cada tema las distintas actividades formativas que el estudiante deberá realizar en modalidad presencial y no presencial.

<sup>36</sup> Deben especificarse las competencias que el estudiante va a adquirir en relación con cada asignatura o materia y, necesariamente, se recogerán algunas de las de las indicadas en el apartado 3.2. (Principales Competencias). Las asignaturas no pueden hacer referencia a competencias no recogidas en el punto 3.2. Se recomienda numerar las competencias en este **último apartado 3.2 (ejemplo C.1., C.2., C.3. ...)** y **especificar en la ficha** correspondiente a cada asignatura los códigos de numeración correspondientes a las competencias relacionadas con dicha asignatura.

<sup>37</sup> En el caso de que el título sea de carácter «semipresencial», además de especificar las actividades formativas correspondientes a la parte de formación presencial (ej. clases magistrales, resolución de casos prácticos en el aula, etc.) y su relación con las competencias deberán especificarse las actividades formativas que integran la docencia no presencial u *on line*.

<sup>38</sup> Se especificarán los temas del programa de la Asignatura y los epígrafes que conforman cada tema. En el supuesto de que el Plan de Estudios se desarrolle en un formato «semipresencial», se deberán especificar para cada tema las distintas actividades formativas que el estudiante deberá realizar en modalidad presencial y no presencial.

<sup>39</sup> Deben especificarse las competencias que el estudiante va a adquirir en relación con cada asignatura o materia y, necesariamente, se recogerán algunas de las de las indicadas en el apartado 3.2. (Principales Competencias). Las asignaturas no pueden hacer referencia a competencias no recogidas en el punto 3.2. Se recomienda numerar las competencias en este **último apartado 3.2 (ejemplo C.1., C.2., C.3. ...)** y **especificar en la ficha** correspondiente a cada asignatura los códigos de numeración correspondientes a las competencias relacionadas con dicha asignatura.

---

<sup>40</sup> En el caso de que el título sea de carácter «semipresencial», además de especificar las actividades formativas correspondientes a la parte de formación presencial (ej. clases magistrales, resolución de casos prácticos en el aula, etc.) y su relación con las competencias deberán especificarse las actividades formativas que integran la docencia no presencial u *on line*.

<sup>41</sup> Se especificarán los temas del programa de la Asignatura y los epígrafes que conforman cada tema. En el supuesto de que el Plan de Estudios se desarrolle en un formato «semipresencial», se deberán especificar para cada tema las distintas actividades formativas que el estudiante deberá realizar en modalidad presencial y no presencial.

<sup>42</sup> Al menos el veinte por ciento de los créditos será impartido por profesores oficialmente adscritos a la Universidad Autónoma de Madrid.

**PRESUPUESTO ECONÓMICO PARA TÍTULOS PROPIOS**

<b>Denominación del título</b>	<b>Master en Transformación y Consultoría de Negocio</b>		
<b>Periodo de impartición</b>	Inicio: <input type="text" value="01/09/18"/> Final: <input type="text" value="31/03/19"/> Número de Edición: <input type="text" value="1"/>		

<b>INGRESOS PREVISTOS</b>	<b>INGRESOS REALIZADOS</b>
---------------------------	----------------------------

**1. Tasas.**

P.V.P. MATRÍCULA	PLAZAS DE PAGO	Nº BECAS (min 10%)	PLAZAS TOTALES	PRESUPUEST ADO	PLAZAS CUBIERTAS	Nº BECAS concedidas	EJECUTADO
6.900 €	54	6	60	372.600 €	0	0	0 €

**2. Subvenciones, donaciones y otros ingresos.**

NOMBRE ENTIDAD	PRESUPUEST ADO	EJECUTADO
Aportación Accenture	56.988 €	0 €
	0 €	0 €
	0 €	0 €
<b>TOTAL Euros.....</b>	<b>56.988 €</b>	<b>0 €</b>

**3. Remanente ediciones anteriores**

DESCRIPCIÓN	PRESUPUEST ADO	EJECUTADO
	0 €	0 €
	0 €	0 €
<b>TOTAL Euros.....</b>	<b>0 €</b>	<b>0 €</b>

<b>4. TOTAL INGRESOS</b>	PRESUPUEST ADO	EJECUTADO
<b>TOTAL Euros (=total 1+...+total 3)</b>	<b>429.588 €</b>	<b>0 €</b>

<b>GASTOS PREVISTOS</b>	<b>GASTOS EJECUTADOS</b>
-------------------------	--------------------------

<b>1. CANON INSTITUCIONAL UAM (15% de los Ingresos totales)</b>	<b>90.090 €</b>	<b>0 €</b>
---	-----------------	------------

**2. DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN ACADÉMICAS (incluidas retenciones art. 83 LOU e IRPF)**

APELLIDOS	NOMBRE	CARGO	PRESUPUESTADO	EJECUTADO
Dirección			26.400 €	0 €
Subdirección				0 €
Provisión LOU			2.640 €	0 €
<b>TOTAL Euros.....</b>			<b>29.040 €</b>	<b>0 €</b>

**3. PROFESORADO**

\* La docencia presencial se retribuirá por horas. Si el título tiene carácter semipresencial, la docencia *on line* se retribuirá por créditos. El resto de actividades docentes se retribuirá, con carácter general, por unidades (ej. nº trabajos dirigidos).

**3.1. Docencia Presencial (profs. UAM)**

APELLIDOS	NOMBRE	HORAS	€/ HORA	PRESUPUEST ADO	HORAS REALIZADAS	€/ HORA APLICADO	EJECUTADO
Profesores UAM		656	181 €	118.736 €	0	0 €	0 €
Profesores Accenture		36	181 €	6.516 €	0	0 €	0 €
Masterclass TFM Accenture		4	181 €	724 €	0	0 €	0 €
				0 €	0	0 €	0 €
Provisión LOU				11.874 €	0	0 €	0 €
<b>TOTALES.....</b>		<b>696</b>		<b>137.850 €</b>	<b>0</b>		<b>0 €</b>

**3.2. Dirección Trabajos Fin de Título**

APELLIDOS	NOMBRE	TRABAJOS	€/ TRABAJO	PRESUPUEST ADO	TRABAJOS DIRIGIDOS	€/TRABAJO APLICADO	EJECUTADO
Profesores Accenture		16	1.810 €	28.960 €	0	0 €	0 €
		0	0 €	0 €	0	0 €	0 €
Provisión LOU				0 €	0	0 €	0 €
<b>TOTAL Euros.....</b>		<b>16</b>		<b>28.960 €</b>	<b>0</b>		<b>0 €</b>

**3.3. Tutorías Practicum**

APELLIDOS	NOMBRE	ALUMNOS	€/ALUMNO	PRESUPUEST ADO	ALUMNOS ATENDIDOS	€/ALUMNO APLICADO	EJECUTADO
Profesores UAM		60	545 €	32.724 €	0 €	0 €	0 €
		0	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Provisión LOU				3.272 €	0 €	0 €	0 €
<b>TOTAL Euros.....</b>		<b>60</b>		<b>35.996 €</b>	<b>0 €</b>		<b>0 €</b>

**6. PERSONAL ADMINISTRATIVO EXTERNO (incluida retención IRPF)**

APellidos	NOMBRE	CONCEPTO	PRESUPUEST ADO	EJECUTADO
SAFC			12.000 €	0 €
			0 €	0 €
			0 €	0 €
<b>TOTAL Euros.....</b>			<b>12.000 €</b>	<b>0 €</b>

**7. MATERIAL INVENTARIABLE**

DESCRIPCIÓN	PRESUPUEST ADO	EJECUTADO
	0 €	0 €
	0 €	0 €
	0 €	0 €
<b>TOTAL Euros.....</b>	<b>0 €</b>	<b>0 €</b>

**8. GESTIÓN ECONÓMICA FUAM (6%)**

	<b>41.791 €</b>	<b>0 €</b>
--	-----------------	------------

**9. GASTOS VARIOS**

DESCRIPCIÓN	PRESUPUEST ADO	EJECUTADO
<b>DOCENCIA</b>		
9.1 Becas prácticas en empresa y Seguridad Social	0 €	0 €
9.2 Tasa por Expedición de Título	8.100 €	0 €
9.3 Seguro de Accidente	600 €	0 €
9.4 Actividades de integración	1.400 €	0 €
9.5 Estudio ADN Emocional del estudiante y feedback	4.320 €	0 €
9.6 Licencias de software y juegos	1.250 €	0 €
9.7 Tribunales de presentación de Trabajos Fin de Master	9.600 €	0 €
9.8 Coordinación asignaturas	3.900 €	0 €
9.9 Visitas	600 €	0 €
9.10 Seminarios	0 €	0 €
9.11 Acto de clausura	1.120 €	0 €
<b>MARKETING</b>		
9.12 Comunicación	2.800 €	0 €
9.13 Imagen corporativa	3.000 €	0 €
9.14 Fotos y videos	2.000 €	0 €
9.15 Eventos y clausura	800 €	0 €
9.16 Otras acciones de captación	8.000 €	0 €
<b>OTROS GASTOS</b>		
9.17 Viajes y Dietas	1.000 €	0 €
9.18 Material fungible	500 €	0 €
9.19. Imprevistos	4.800 €	0 €
<b>TOTAL Euros.....</b>	<b>53.790 €</b>	<b>0 €</b>

10. TOTAL GASTOS	PRESUPUEST ADO	EJECUTADO
<b>TOTAL Euros (=total 1 +...+ total 9)</b>	<b>429.517 €</b>	<b>0 €</b>

**BALANCE FINAL**

	PREVISTO		EJECUTADO	
	INGRESOS (A)	GASTOS (B)	INGRESOS (A)	GASTOS (B)
	429.588 €	429.517 €	0 €	0 €
<b>BALANCE (A-B)</b>	<b>71 €</b>		<b>0 €</b>	

**OBSERVACIONES**

Accenture se hace cargo del alta en Seguridad Social y pago de remuneraciones por las prácticas.



