

## 2. JUSTIFICACIÓN

### 2.1 Justificación del título propuesto, argumentando el interés académico, científico o profesional del mismo

#### Reseña Histórica

La Salle es una institución de inspiración cristiana fundada por los Hermanos de las Escuelas Cristianas. Los primeros estudios de Ingeniería en La Salle Bonanova datan de 1903, época en la cual funcionaban las especialidades Eléctrica, Mecánica y Química. El Centro estaba afiliado a las Escuelas de Peritos de Terrassa y de Barcelona.

Campus La Salle Barcelona en aquellas épocas ya fue una Escuela pionera en el país en el momento de satisfacer las demandas de la industria catalana. Esta etapa se cerró, por razones políticas y legales, en 1934.

En 1960 se reinstaura el Peritaje Industrial. En el curso 1964-65 se constituye el primer grupo de 25 alumnos que cursan Ingeniería Técnica de Telecomunicaciones en la especialidad de Equipos Electrónicos y que, en calidad de alumnos libres, se examinan en la Escuela oficial de Madrid. La Salle es en ese momento es la **primera y única Escuela Universitaria de Telecomunicaciones de Catalunya**.

El 12 de mayo de 1970 es reconocida oficialmente por el Ministerio de Educación y Ciencia para otorgar el título de Ingeniero Técnico de Telecomunicación.

En 1976 se adscribe a la Universitat Politècnica de Catalunya. El 18 de junio de 1979 recibe la autorización ministerial para cursar la especialidad en Imagen y Sonido. Continúa siendo la única Escuela catalana que imparte la titulación de Ingeniería Técnica de Telecomunicaciones en la especialidad de Imagen y Sonido

Las ampliaciones en infraestructuras de los años 1977, 1990, 1993, 1995, 1997, 2002-03 y las últimas todavía en curso iniciadas en 2006, hacen que se superen ampliamente las exigencias legales en cuanto a instalaciones exigibles.

En 1983 y en colaboración con las universidades lasalianas de los Estados Unidos, el Manhattan College en New York y La Salle University en Philadelphia, La Salle inicia el **MBA Internacional**.

El año 1984, los programas de MBA arrancan con la colaboración y el bagaje en conocimiento del Manhattan College of New York y La Salle Philadelphia, proporcionando al MBA y al "Management" de la Salle campus Barcelona un sólido conocimiento internacional de los negocios, y aportando a los estudiantes la visión y conocimiento de gestión resultado de las estancias internacionales en ambas universidades de Estados Unidos.

El 10 de mayo de 1991 por la Ley del Parlamento de Cataluña (DOGC 22/05/91) se reconoce la primera Universidad privada de todo el Estado, la Universidad Ramon Llull, de la cual La Salle es miembro fundador conjuntamente con el Instituto Químico de Sarria, la Fundación Blanquerna, la Facultad de Filosofía de Catalunya y el Circulo de Economía.

Según esta Ley de reconocimiento, La Salle integraba dos Escuelas a la mencionada Universidad: la Escuela Universitaria de Ingeniería Técnica de Telecomunicación, la carismática EUETT, y la nueva Escuela de Ingeniería Técnica Superior de Ingeniería Electrónica y Informática (creada por la Ley 12/1991 del Parlamento de Cataluña y publicada en el DOGC 22/5/91 y en el BOE 6/6/91).

Todo esto ha hecho que actualmente sea posible cursar en La Salle tanto estudios de Ingeniería Técnica como de Ingeniería Superior y estudios de Doctorado, así como de Arquitectura y Arquitectura Técnica, con titulaciones oficiales homologadas con validez en todo el Estado, reconocidas oficialmente por el Ministerio de Educación y Ciencia.

En el curso 1996/1997 nació una nueva iniciativa, única en España y pionera en Europa, la inauguración de la titulación universitaria propia de "Graduado en Tecnologías Multimedia". Este curso se ha empezado a impartir como título oficial dentro del EEES con la denominación: **Graduado o graduada en Ingeniería Multimedia**.

En el mismo curso 1996/1997 también se iniciaron los estudios de Ingeniería Técnica de Telecomunicaciones en la especialidad de Sistemas de Telecomunicación. La homologación está recogida en el “Real Decreto 1595/1997” de 17 de octubre de 1997 (BOE 4/11/97).

El año 1997 se inician las actividades de la nueva Escuela de Arquitectura con las carreras de Arquitectura y Arquitectura Técnica. Este mismo año se inaugura el nuevo edificio Sant Josep en la calle Quatre Camins que, con 7.100 metros cuadrados edificadas, amplía el espacio para la actividad docente e investigadora de La Salle.

Al iniciar el curso 1997/1998, por primera vez la Escuela sobrepasa la cifra de 2.000 alumnos de Ingeniería que estudian en sus aulas. Solamente incluimos los estudios reglados, ya que con los alumnos del Master, Postgrado y Formación continuada la cifra se eleva a los 2.400. Teniendo en cuenta que el índice de ocupación de los graduados es del 100%, el valor de estas cifras aun se potencia más.

Durante el curso 1998/1999 se inician los estudios de segundo ciclo de Ingeniería en Telecomunicación.

El año 2000 La Salle Cataluña hizo un nuevo esfuerzo en dotación de equipamientos con la adquisición de una nueva finca y se inicia las obras de construcción de un importante edificio.

El catálogo de títulos en gestión en la Salle se incrementa con el programa de Bachelors en Business Administration que empieza en 2002-03 con el 95% de los estudiantes internacionales y que desarrollan titulaciones empresariales en tres disciplinas: tecnología, relaciones internacionales y gestión deportiva. El 89% del profesorado de Bachelors en Business Administration es extranjero. **El trazado global del mercado laboral recae en la pluralidad lingüística. Los alumnos son de procedencia internacional, cursan el programa en inglés, y dos asignaturas en castellano, de forma que dominan el castellano, el inglés, y el idioma de su país de procedencia. La Salle tiene experiencia en “management”, internacionalización y pluralidad que se demuestra en los programas y que se requiere en el mercado laboral como se indica en el resumen de artículos adjuntos en el punto 2.2.**

A principios del año 2001, el campus La Salle de Barcelona incorporaba nuevos métodos de e-learning como parte de los estudios universitarios. Estos conocimientos de e-learning han permitido crear programas de Másteres en los últimos años que se imparten online, en colaboración con algunas universidades de Latino América. Un ejemplo es el grado de doble titulación con ESAN.

Durante el curso 2002-2003, este nuevo edificio de Sant Jaume Hilari se pone en funcionamiento. Los 12.000 metros cuadrados de nueva edificación consolida el campus universitario de la Escuela de Campus La Salle Barcelona.

Este edificio aloja el Parque de Innovación Tecnológica y Empresarial La Salle que es un espacio de encuentro entre empresa y universidad que se ha creado con el objetivo de potenciar la investigación, la transferencia de tecnología, el desarrollo y la creación de empresas.

La Salle no sólo tiene una alta experiencia en gestión y tecnología sino que los mismos programas están realizados combinando gestión con tecnología en el sector de las TIC que conduce a acuerdos entre universidades, que proporciona a los estudiantes de La Salle en los diferentes Másteres conocimiento de gestión a través de su tecnología.

Durante el curso académico 2006-2007 se aprueba el Bachelor of Business Studies como título propio de la Universitat Ramon Llull.

**La experiencia en gestión y tecnología retoma aún más fuerza en el 2008. La Salle es la primera universidad española en ser acreditada por el PMI (Project Management Institute, la mayor asociación de directores de proyecto del mundo), y la tercera de Europa, convirtiéndose en la primera universidad española acreditada de las 15 universidades del mundo. The Howe School, Stevens Institute of Technology universidad reconocida por su prestigio en tecnología y management está también acreditada por el PMI.**

Durante el curso académico 2007-08, el MBA de La Salle pasa a ser Máster Universitario de Bolonia con título “Master en Dirección Internacional y Gestión de la Innovación Tecnológica (MBA)”.

Así mismo y mencionado anteriormente, el Parque de Innovación La Salle tiene como misión realizar el compromiso de La Salle con las personas, las organizaciones y la sociedad, un compromiso que la Escuela cumple a partir de la transferencia de conocimientos, de tecnología, de personas y de empresas. Dispone de Secretaría, Sala de Congresos, Restaurante, Parking, Aulario y de todo tipo de servicios para los alumnos.

Este nuevo estándar creemos queda avalado por la trayectoria de los diferentes estudios (en el ámbito de la gestión en entornos tecnológicos e innovadores), ya sea en su rigurosidad académica como por su práctica en el campo profesional. Nuestra Institución tiene una larga tradición de acercamiento a la empresa. Este hecho ha conducido a diferentes colaboraciones que han permitido que algunos estudiantes puedan realizar su proyecto final de carrera en una empresa.

A través del Parque de Innovación, La Salle se convierte en un punto de encuentro entre empresa y universidad que permite conocer las necesidades empresariales y potenciar y adaptar la investigación, transferencia de tecnología, el desarrollo y la creación de empresas a estas necesidades. El resultado es una revisión y adecuación de nuestros estudios a las demandas del sector y la presentación del grado en Dirección de Empresas Tecnológicas que cubre las necesidades reales del mercado laboral.

La relación y colaboración con los colegios y asociaciones profesionales y la estrecha vinculación con los sectores profesionales permiten detectar carencias y competencias profesionales a desarrollar a través de los programas impartidos y desde el grado en Dirección de Empresas Tecnológicas.

## Presentación

Este documento presenta el Grado en Dirección de Empresas Tecnológicas por la Universitat Ramon Llull. Se pretende oficializar el título propio de universidad “Bachelor of Business Studies” que se lleva impartiendo en nuestro Centro desde hace 5 años, con 3 itinerarios (Technology Management, International Relations y Sports management). Dicho título propio ya está adaptado al EEES y está estructurado en 4 cursos, cada uno con 60 ECTS. Debido a la gran experiencia de Campus La Salle Barcelona en tecnología se ha decidido presentar este grado claramente enfocado a la administración y dirección de empresas tecnológicas.

Este grado goza pues de una base tanto técnica como de management, desarrollando en definitiva competencias profesionales definidas claramente en el ámbito de gestión de la tecnología. Éstas están no sólo muy demandadas por parte del mercado laboral si no que también son relevantes para la comunidad científico-académica de las disciplinas de referencia. Las competencias profesionales que se desarrollan concuerdan perfectamente con los objetivos de la titulación expuestos en el apartado 3.

**Para la comunidad científica** es innegable el avance que produce la integración de ciencias experimentales y sociales. Son innumerables los ejemplos que basados en dicha multidisciplinariedad no sólo permiten la aplicabilidad de la investigación pura o científica si no también la formalización metodológica de la descripción de la realidad o su modelización. Desde esta perspectiva, se considera de alto interés una titulación que en la base de su plan de estudios integra desde su origen dos mundos que al contrario de considerarlos opuestos se conciben como complementarios. Esta titulación en definitiva se adscribe a las nuevas formaciones que quieren mejorar la gestión relacionándola con aspectos del entorno actual, en este caso la tecnología, como por ejemplo también hace la Escuela Politécnica Federal de Lausanne.

**En el ámbito académico** es incipiente la oferta en este campo. Sólo un centro con fuerte tradición tecnológica y contrastada experiencia en la formación en gestión como complemento del ámbito técnico puede aprovechar las muchas posibilidades de relacionar metodologías empíricas con prácticas o basadas en proyectos. A nivel de impartición esto implica un rico debate continuo entre docentes de diferentes disciplinas, utilizando simultáneamente diferentes métodos para la consecución de los objetivos de formación tanto en conocimientos como en competencias de los alumnos.

**En el mundo empresarial actual altamente competitivo, caracterizado porque los ciclos de vida de los productos son cada vez más cortos, con gran competencia global, un destacado aumento de la segmentación del mercado, y una reestructuración de la cadena de valor de la industria, existe la necesidad estratégica de personas con un perfil de gestión de la tecnología que entiendan los modelos de negocio actuales y puedan contribuir al éxito de una organización.**

**En un entorno empresarial innovador la tecnología juega un papel crucial en todos los ámbitos. La tecnología afecta en los tipos de organización y en la gestión y el desarrollo profesional de**

sus empleados. En los artículos que se mencionan en el apartado 2.2 se justifica la necesidad de este grado en cuanto a la gestión de la tecnología e innovación que permite a las empresas crecer más y mejor, ajustándose a los cambios con más agilidad y, en consecuencia, tener un éxito mayor y a más largo plazo.

Con el fin de gestionar e implementar mediante la tecnología e innovación los cambios necesarios para el éxito de las empresas, la sociedad demanda titulados que entiendan el mundo de los negocios tecnológicos. Como gestores, deben tener buenos conocimientos de balances, de presupuestación, de segmentación de mercados, de *business planning*, de comunicación, de trabajo en equipo,... y a su vez ser capaces de reconocer oportunidades de negocio innovando a través de las nuevas tecnologías.

En consecuencia, el Grado de Dirección de Empresas Tecnológicas debe preparar a los estudiantes para:

- Gestionar áreas funcionales de la empresa usando la tecnología para ser más eficientes en la gestión de las mismas
- Gestionar áreas propiamente tecnológicas de la empresa
- Dirigir empresas tecnológicas
- Dirigir cualquier tipo de empresa aplicando la tecnología necesaria, entendiendo que en un futuro las empresas deberán utilizar la tecnología para gestionar la innovación y el cambio que necesita la sociedad.

El grado de Dirección de Empresas Tecnológicas es la evolución del Bachelor en Business Studies (título propio de la Universitat Ramon Llull) que desde sus inicios se imparte en inglés y que ahora adquiere un perfil más tecnológico al adaptarse a las necesidades de la sociedad.

Las características y enfoque diferencial del grado que se presenta se justifica plenamente en razón de los siguientes elementos:

- 1- **La Globalización de las empresas** y el correspondiente impacto en como se gestionan en contextos de multinacionalidad, diferencia cultural, entornos abiertos de flujo de capitales, existencia de una red de comunicación y de intereses ampliamente interrelacionada, un entorno tecnológico en evolución creciente que hacen necesario incidir en un programa académico de amplios contenidos enfocados a estos niveles.
- 2- **El carácter tecnológico del sistema económico y empresarial** obligan a plantearse curricularmente el impacto de las tecnologías en el ámbito de la gestión. Es necesaria su inclusión curricular como: conocimiento sociológico del entorno, como elemento de ayuda a la gestión, como a herramienta de coordinación de los procesos, como elemento de evaluación del impacto de las inversiones y sus retornos,... La incorporación del conocimiento de las tecnologías implica una mejor utilización de recursos empresariales, un mejor conocimiento de las herramientas y una mejor comprensión de los mecanismos de decisión. Estas características diferencian un grado tradicional de uno con alto contenido tecnológico y de internacionalización que se ajusta más a las necesidades de las empresas, sean estas locales o multinacionales.
- 3- **Sostenibilidad.** No se puede concebir una formación internacional sin la inclusión de las áreas de sostenibilidad y utilización de materiales a lo largo de la cadena de valor, dada la implicación de diferentes suministradores ubicados en distintas zonas del planeta. El conocimiento de las regulaciones internacionales sobre estas materias así como el impacto de la Unión Europea como líder mundial en el planteamiento jurídico y regulatorio requieren amplias competencias y conocimientos para la formación de futuras generaciones de ejecutivos. Esta perspectiva se refleja claramente en el grado que se presenta.
- 4- **Mercados Globales.** Las particulares condiciones de Marketing a escala global y los intrincados circuitos de comercialización de cualquier ámbito de productos o servicios requieren una especial énfasis en la incorporación de materias de Marketing y ventas pensadas a escala Global. Así mismo, el condicionante de escala mundial justifica dentro de las mismas una especial atención a los aspectos tecnológicos como son la utilización de las TIC, sistemas de información, comunicación y transferencia de fondos, utilización de internet y la telefonía como herramientas de contacto con los clientes,...

En base a estas premisas, el grado que se presenta incluye rasgos específicos y únicos que lo diferencian de otras ofertas formativas, respondiendo a las necesidades de la sociedad y del tejido empresarial que son:

- 1- **Innovación.** Es uno de los ejes vertebrados de la cultura y de la actividad educativa de La Salle. El grado prepara directivos expertos en descubrir, analizar, avanzar y afrontar los cambios permanentes y los nuevos retos profesionales con la garantía del mejor bagaje de conocimientos, capacidad de decisión, entrenamiento y herramientas de gestión empresarial.
- 2- **Epíritu emprendedor.** En el Área de Transferencia de Tecnología de La Salle acuden las empresas y los profesionales para incorporar nuevos conceptos y procesos, así como tecnologías avanzadas a sus proyectos empresariales. De esta manera las empresas se benefician de los conocimientos, la experiencia, la investigación, los equipos altamente especializados, el entrenamiento permanente y el contacto con las empresas repercute directamente en la formación impartida en el programa. Los alumnos participan en estos proyectos lo que les permite entrar en contacto con proyectos reales que se convierten en canales complementarios de formación. Así mismo, La Salle acompaña a los estudiantes y emprendedores en las etapas iniciales de creación de nuevas empresas, ofreciéndoles toda la ayuda necesaria para iniciar su proyecto empresarial a través del Área de Creación de Empresas. En esta área se han creado más de 70 nuevas empresas, muchas de ellas a partir de los Trabajos de Final de Carrera o Màster que los alumnos desarrollan durante el programa con la tutoría de profesores y que se potenciaran para desarrollar desde el nuevo grado. La red "Red UniBA (University Business Angels)" pone a disposición de los alumnos emprendedores su experiencia y capital relacional diferencial que confiere un carácter único al Management de La Salle-Universidad Ramon Llull.
- 3- **Las TIC como motor de cambio.** Un buen nombre de los grados en management, entre los de mayor prestigio internacional, se han creado en escuelas de ingeniería y en contacto con empresas tecnológicas, la gestión de los sistemas de información y la tecnología. Este componente tecnológico, importante en el pasado, es nuevamente clave y crucial como diferentes informes internacionales destacan. Ninguna empresa tiene futuro sin un uso intensivo y eficaz de sistemas expertos de conocimiento, análisis, información y gestión, como soporte de la presa de decisiones,...  
El grado de Dirección de Empresas Tecnológicas hace un pleno uso de los sistemas más avanzados en el análisis de situaciones, la discusión y la solución de casos próximos y reales y capacita a los alumnos en la gestión de la tecnología de acuerdo con la estrategia de la compañía y la gestión de los sistemas de información.
- 4- **Carácter internacional y visión global.** La Salle es miembro fundador de la IALU, formada por universidades de reconocido prestigio en todo el mundo, constituyendo una valiosa red de contactos globales. Esta colaboración promueve el intercambio presencial y virtual de profesores y alumnos entre las universidades de la red. Este carácter internacional de La Salle y la plena conciencia de estar formando directivos emprendedores, profesionales sin fronteras que desarrollen su actividad en un entorno multicultural y a nivel internacional impregna el programa. Como expresión práctica y vivencial del carácter internacional, el grado permite intercambios en países tan paradigmáticos de la era global, como Estados Unidos (Manhattan College of New York, Saint Mary's College of California) entre muchos otros. En todas estas estancias/vistias los alumnos se incorporan en las universidades de destino como alumnos del país viviendo el día a día con alumnos de realidades culturales muy distintas a las propias.
- 5- **Ética: responsabilidad y compromiso social.** Los valores éticos y la conciencia social están en la raíz del propósito educativo de La Salle desde sus orígenes. La dialéctica y las problemáticas generadas y evidenciadas con el proceso de globalización y la incorporación de las nuevas tecnologías han hecho patente la importancia y urgencia de incorporar estos valores a la estrategia empresarial y en la conciencia de los directivos. En consecuencia, el grado está impregnado de sentido ético, social y humanista; óptimo uso de los recursos limitados y de respeto del entorno, RSC, filosofía de la tecnología,... Estos valores no como atributo marginal a la estrategia empresarial, sino como única vía de progreso real y sostenible y compromiso con las personas y con las futuras generaciones.
- 6- **Tecnología como recurso corporativo.** Es una disciplina que utiliza y aglutina, herramientas de trabajo y modelos propios que la diferencian del resto de titulaciones existentes. Un ejemplo es el querer explorar y entender la tecnología como un recurso corporativo que determina las capacidades estratégicas y operacionales de la empresa en diseñar y desarrollar productos y servicios para maximizar la satisfacción del cliente, productividad corporativa, ganancias y competitividad. Se diferencia en tanto que considera la tecnología moderna un jugador con un papel decisivo en el desarrollo corporativo y en el posicionamiento competitivo de las empresas, no únicamente aquellas firmas de base tecnológica sino para compañías con servicios financieros, logísticos, editoriales y otros, donde la gestión de la tecnología es clave para llegar a ser competitivos en el mercado y efectivamente lo es en cuanto las compañías intentan dirigir o responder preguntas como:



- ¿En qué manera la tecnología actual y disponible afecta a nuestro plan de negocio? Misión, objetivos y estrategia.
- ¿Qué tecnología se necesita y en qué momento?
- ¿Cómo hacer llegar la tecnología que necesitamos, a través de cooperación o a través de compras?
- ¿Cómo implementar la tecnología en nuestras operaciones?

Estos rasgos diferenciales impregnan todas las materias del grado y adecuan el plan de estudios que se presenta a las necesidades de la sociedad global y cambiante actual.

Tal como ya se ha explicado al principio del capítulo La Salle inició los estudios de negocio en 1983 y desde entonces ha conseguido una serie de acreditaciones del sector internacional y es miembro de diferentes asociaciones:

### **ACREDITACIONES**



La Salle - Business Engineering School – URL forma parte de AEEDE (Asociación Española de Escuelas de Dirección de Empresas), fundada en 1989 y cuya misión es el fomento de la formación de calidad en Dirección de Empresas, al servicio a la Comunidad Empresarial y el desarrollo de conocimientos empresariales, dentro del ámbito de su competencia.

Entre los miembros de esta asociación podemos citar a IESE, Instituto de Empresa, ESADE, EADA, EAE, ESIC, ...entre otros. <http://www.aeede.org>



La Salle - URL es la primera escuela de negocios de España que en obtener la acreditación internacional del **IACBE (International Assembly for Collegiate Business Education)**.

IACBE, organismo acreditador con las oficinas centrales en Estados Unidos, está especializado en programas de Management y tiene como objetivo asegurar la calidad y efectividad de los centros que lo solicitan.

Actualmente entre sus miembros cuentan con más de 200 instituciones educativas de nivel universitario y su actuación de evaluación se articula

mediante la medición de indicadores a nivel académico, tecnológico y organizativo, tanto a nivel operativo como a nivel estratégico. <http://www.iacbe.org>



La Salle - Business Engineering School – URL es la primera escuela de negocios de España y la tercera de Europa en obtener la acreditación internacional del **GAC (Global Accreditation Center) del PMI (Project Management Institute)**, para el Master in Project Management.

Esta acreditación supone un reconocimiento explícito a la calidad de de este programa, que diseñado meticulosamente pretende formar profesionales con los conocimientos fundamentales y las herramientas necesarias para dirigir con éxito proyectos a lo largo de su carrera profesional.

Este galardón otorgado por el PMI reconoce el compromiso de La Salle con la profesión de la dirección de proyectos y fomenta el “*networking*” académico e institucional a nivel internacional. De la misma manera que supone unas ventajas directas para los alumnos que cursen este Máster.

<http://www.pmi.org>

### **MEMBERSHIPS:**



La Salle es miembro de **AACSB International - The Association to Advance Collegiate Schools of Business** que es una Asociación de instituciones educativas, empresas y otras organizaciones comprometidas con la promoción y mejora de la educación superior en management y administración de empresas.

Creada en 1916, AACSB Internacional es el primer organismo acreditador de Bachelors, Masters y programas doctorales en Management y administración de empresas, sus miembros fundadores incluyen a: Columbia University, Cornell University, Dartmouth College, Harvard University, New York University, Northwestern University, The Ohio State University, Tulane University, University of California at Berkeley, University of Chicago, University of Illinois, University of Nebraska, University of

Pennsylvania, University of Pittsburgh, The University of Texas, University of Wisconsin-Madison, and Yale University. <http://www.aacsb.edu>



La Salle es miembro de **EFMD – European Foundation for Management Development**. EFMD es una organización internacional con sede en Bruselas, Bélgica. EFMD cuenta con más de 500 organizaciones asociadas entre las que se encuentran universidades, empresas privadas, consultoras de 65 países diferentes.

EFMD es reconocida globalmente como organismo acreditador de la calidad en el ámbito de la educación del Management y ha establecido sus servicios a Escuelas de negocio, universidades corporativas y programas de aprendizaje basados en nuevas tecnologías. EFMD provee un foro de debate único para la información, investigación, networking y debate sobre la innovación y las mejores prácticas en el desarrollo del management. <http://www.efmd.org>



La Salle es miembro de “**El Consejo Latinoamericano de Escuela de Administración CLADEA**”, tiene cerca de cuarenta años de existencia, fue fundada en Lima en 1967 y es una de las redes más importantes de escuelas de negocios a nivel mundial.

Esta organización internacional se constituyó con el propósito de contribuir a solucionar los problemas más importantes de las sociedades latinoamericanas a través de su quehacer en la enseñanza del Management y de la gestión de Empresas.

Sus miembros constituyen una Asamblea que incluye a instituciones de educación superior dedicadas a la docencia y a la investigación en el área de la administración tanto pública como privada.

<http://www.cladea.org>

## **2.2 Referentes externos a la Universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales o internacionales para títulos de similares características académicas.**

En el campo del mundo profesional, estudios como el realizado por el consorcio Career Space (ver: <http://www.career-space.com>) dejan constancia del interés y/o necesidad de un grado multidisciplinario en Dirección de Empresas Tecnológicas.

Constatamos que el informe elaborado por Career Space provocó la creación de nuevos estudios basados en perfiles de capacidades profesionales requeridos y vinculados a la tecnología y que avalan el grado en Dirección de Empresas Tecnológicas por su adecuación a las demandas del mercado. Algunos de los estudios desarrollados son:

El informe de la *Fundación COTEC para la Innovación tecnológica: “El Sistema Español de Innovación - Situación en 2004”* especifica que una de las líneas prioritarias de trabajo para las empresas españolas es la “Inclusión de la tecnología en las estrategias de investigación de competitividad”. El informe indica que aunque “la incorporación de las TIC a las empresas ha sido uno de los factores de competitividad en los últimos años, las empresas españolas no han seguido la tendencia de la Unión Europea”. En España, no sólo lo gastado es inferior a la media de la UE, sino que su crecimiento es de los más bajos:

- El volumen del mercado español en TIC en relación con su PIB es cuatro veces inferior al de los países más avanzados.
- Las nuevas formas de negocio, como por ejemplo el comercio electrónico, no son utilizadas por las empresas españolas. El 6% de las empresas españolas utilizaban comercio electrónico en el año 2000, mientras que la media de la Unión Europea era del 18%.
- Según el Informe Sedisi/DMR Consulting, «Las Tecnologías de la Sociedad de la Información en la Empresa Española 2003», sólo el 52% de las empresas incorporan las TIC en sus procesos de producción.

Por otro lado, el informe también indica que se ha producido una modernización de la organización de las empresas y la investigación de mayor competitividad y la tecnología es uno de los factores que contribuyen a esta mejora. Además, la complejidad de las tecnologías de la Información ha aumentado en relación directa con su implementación en la empresa. Actualmente, las Tecnologías de la Información están implantadas en todos los niveles de las organizaciones, incluyendo las relaciones de una empresa con sus proveedores y clientes, y su impacto sobre el rendimiento general de la compañía es tan importante que implementar una estrategia y política de Tecnologías de la Información ha llevado a un gran desafío.

**Consecuentemente, el informe confirma la necesidad de perfiles profesionales específicos que justifiquen la demanda previsible de estos estudios, profesionales con conocimientos y visión global de gestión de empresas y de cómo la tecnología afecta a las distintas áreas y puede ayudar en el desarrollo de la estrategia empresarial.**

En este contexto, el mismo informe de la *Fundación COTEC para la Innovación tecnológica* establece como líneas de trabajo o recomendaciones:

- Las grandes empresas deben considerar entre sus estrategias las alianzas tecnológicas, la participación en pequeñas empresas de base tecnológica, y la creación de spin-off, con el objetivo de aprovechar con más eficiencia las nuevas oportunidades de negocio.
- Las PIME de todos los sectores han de aumentar su capacidad para asimilar tecnología e incorporarla en todas sus operaciones como fuente de competitividad. La capacitación tecnológica de su personal debe ser una prioridad en sus actividades de formación interna.
- Las empresas deben utilizar las TIC para aumentar la eficacia de sus procesos de innovación tecnológica en las etapas de diseño, producción y comercialización.
- Las empresas deberían incluir en su estrategia la gestión de la tecnología, basada en la vigilancia tecnológica, la gestión de la R+D, la protección de la tecnología propia y la explotación de los derechos derivados de ella, así como la adquisición de tecnología ajena.
- También, la Unión Europea especifica que entre sus retos vinculados a la gestión, las Tecnologías de la Información y la Comunicación han de:
  - Instar a las empresas de Europa, incluidas las PIME, a integrar las TIC en mayor medida.
  - Estimular la investigación aplicada sobre TSI que permita hacer frente a los grandes retos sociales y económicos.
  - Promover el cambio en las organizaciones en general y los nuevos paradigmas de trabajo electrónico sostenible.
  - Impulsar las competencias en materia de las TIC y las competencias mediáticas a través de una educación y formación adecuada y mediante estrategias de aprendizaje al largo de toda la vida.
  - Fomentar la confianza en los medios electrónicos de los consumidores.

Para alcanzar estos retos se necesitan profesionales con las competencias adecuadas: emprendedores, innovadores, con conocimiento de la tecnología y de su aplicación, con visión global e internacional, responsables con el medio, con habilidades interpersonales,...

#### Otros artículos e informes relacionados:

##### **COIT: Informe PAFET V**

- **Fecha:** Febrero-Marzo 2008
- **Título:** Un análisis de los retos profesionales TIC en la empresa conectada
- **Web:** <http://www.coit.es/publicaciones/bit/bit167/display.pdf>

##### **Resumen Contenido:**

El informe analiza los perfiles requeridos y la formación necesaria para dar respuesta a las necesidades que, en el ámbito de la innovación, generan los nuevos servicios de comunicación o las modificaciones de los ya existentes. **Las conclusiones de este estudio apuntan a que la empresa actual demanda profesionales con alta capacidad de trabajar en equipo, con una visión de liderazgo, con suficiente competencia técnica y con compromiso con el proyecto y con la empresa. Profesionales con suficientes conocimientos comerciales y de gestión de tecnología.**

##### **ARTÍCULO: TIEMPO REAL**

- **Fecha:** Enero 2007 nº381



- **Título:** El gasto en innovación tecnológica crece en España un 9,2%
- **Autor:** Nuria Calle
- **Resumen Contenido:**  
El informe analiza las distintas inversiones tecnológicas en las comunidades autónomas y por sectores. **Las conclusiones de este estudio apuntan a que hay un objetivo claro de mejora: “El peso de la generación del conocimiento es cada vez más fuerte” subrayó en la presentación de la encuesta Juan Mulet, director de la Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica. Tenemos varios sectores que no son especialmente innovadores y eso hace que, aunque cada año aumenta el ritmo de innovación en España éste no sea todo lo bueno que debería, advirtió Juan Mulet.**
- **Conclusión:** Es necesario preparar candidatos/as universitarios para gestionar la innovación tecnológica en las empresas

<b>ARTÍCULO: eo0706-161 nº363</b>
-----------------------------------

- **Título:** Las nuevas empresas de base tecnológica y la ayuda pública. Evidencia para España
- **Autor:** Centro para el Desarrollo Industrial. Universidad Computense de Madrid
- **Resumen Contenido:** Las **nuevas empresas de base tecnológica** constituyen un colectivo que ha sido ampliamente analizado en la literatura. El motivo es que, a pesar de ser un grupo relativamente pequeño, su comportamiento **destaca entre el total de empresas**, por hechos como las **mayores tasas de crecimiento y supervivencia** en relación con su tamaño y edad, la **superior capacidad tecnológica e innovadora** y el papel fundamental que juegan como **transmisores del conocimiento** en una economía en la que cada vez cobra mayor importancia esta última variable.

## 2.2.1 Equivalencia en el Contexto Internacional

A nivel internacional, el perfil de Dirección de Empresas Tecnológicas se imparte en distintas universidades y como ejemplo presentamos las siguientes:

### REGIS UNIVERSITY (USA)

- **Web:** <http://www.elearners.com/college/rgu/>
- **Degree: Bachelor of Science in Business Technology Management**
- **Description:** El grado de la Universidad Regis en “Business Technology Management” es un programa único que combina dirección de empresa, tecnología de la información y gestión empresarial. Una oportunidad que ofrece a los alumnos una educación completa en Management e IT. Los estudiantes aprenderán no sólo los aspectos técnicos del campo IT, sino que también la importancia de las habilidades directivas como gestión de proyectos, liderazgo, y management. Las partes de gestión del curso cubren áreas de contabilidad, gestión y conceptos de management, habilidades directivas, finanzas, marketing, mejora de procesos y gestión organizativa. La parte de tecnología cubre áreas de ordenadores, redes y conceptos de bases de datos, ética en la tecnología, sistemas de decisión. Los alumnos del Bachelor of Science in Business Technology Management finalizarán el grado con las habilidades y conocimientos para ser líderes en los negocios actuales.

### UNIVERSITY OF PHOENIX (USA)

- **Web:** <http://www.elearners.com/program/9701/Continuing%20Education/CE/Technology>
- **Degree: Bachelor of Science in Business/Information Systems**
- **Description:** El grado en Science in Information Systems (BSB/IS) combina gestión con tecnología de la información para cubrir el campo de conocimiento emergente en e-Commerce y e-Business. EL programa proporciona conocimientos fundamentales y aplicaciones en el campo del management y de la tecnología de la información. Se centra en la importancia del management en los entornos tecnológicos incorporando varios aspectos de la tecnología tales como ingeniería, farmacéutica, química, y otras tecnologías de las empresas. Los profesores tienen distintos perfiles, profesionales del management y la tecnología y en el campo de las funciones de la tecnología en las organizaciones. El programa relaciona tecnología y la cultura del management para crear funciones integradoras de las organizaciones de base tecnológica.

Para el puente entre los dominios de la tecnología y los negocios, el programa incorpora el cómo integrar la tecnología en la organización del business plan, como promocionar equipos multidisciplinarios, manejar el cambio tecnológico, proveer un entorno acogedor para la innovación y el desarrollo de sistemas integrados. Los estudiantes harán inmersión en una variedad educativa y de actividades experimentales que se convertirán en reto para ver la gestión de la tecnología como un sistema integrado de tecnología, management, inputs

sociales, y para examinar oportunidades dentro del entorno profesional para asumir el role de integrador de sistemas.

#### TED ROGERS SCHOOL OF MANAGEMENT (USA)

- **Web:** <http://www.ryerson.ca/undergraduate/admission/programs/itm.html>
- **Program: Information Technology Management**

#### UCBS UNIVERSITY OF CALIFORNIA, SANTA BARBARA (USA)

- **Web:** <http://www.tmp.ucsb.edu/curriculum/undergraduate.html>
- **Program: Technology Management Program**

#### WISCONSIN. SCHOOL OF BUSINESS (USA)

- **Web:** <http://www.bus.wisc.edu/undergrad/majors/otm.asp>
- **Program: Operations and Technology Management**

#### THE UNIVERSITY OF MANCHESTER (USA)

- **Web:** <http://www.mbs.ac.uk/undergraduate/course/index.asp?code=06246>
- **Program: Information Technology Management for Business (3 Years) [BSc]**

#### HOWE SCHOOL OF TECHNOLOGY MANAGEMENT (USA)

- **Web:** <http://howe.stevens.edu/academics/undergraduate/>
- **Program: Undergraduate Program: Business & Technology**

#### UNIVERSITY OF WARWICK (UNITED KINGDOM)

- **Web:** <http://www2.warwick.ac.uk/study/undergraduate/courses/depta2z/engineering/hn12/>
- **Degree: Bachelors of Engineering Business Management**

- **Description:** Con el reto de la competición global, las compañías deben ofrecer a sus clientes Nuevos productos, nuevos servicios y maneras de comprar lo que deseen. Para productos de servicio de larga durada, tales como un avión, los clientes son cruciales en temas de responsabilidad de la propiedad y el mantenimiento de los productos y su uso según las especificaciones del productor. Los clientes únicamente pagan por el uso del producto por tiempo. Esto permite una creciente demanda para graduados que pueden proveer un interface entre técnicos y personal de management. Para aquellos que no buscan ser ingenieros per ven sus futuros en el sector de la ingeniería como managers o en un role relacionado con los negocios este grado es un camino muy viable. Las habilidades que adquirirán abren un abanico de oportunidades profesionales en funciones como diseño de producto, gestión de contratos, producción, supply chain management, servicios y mantenimiento, gestión en todos sus posibilidades.

#### STEVENS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (USA)

- **Web:** <http://howe.stevens.edu/academics/undergraduate/>
- **Degree: Business Degree in Technology and Management**
- **Description:** Prepare for success with a Business Degree from Stevens

*“Este programa enseñará a los estudiantes que necesitan saber para aplicar directamente los conocimientos a la empresa. Se les enseñará a pensar abiertamente, analíticamente y tecnológicamente. Ellos desarrollarán equipos, liderazgo y habilidades de comunicación y verán el mundo de los negocios desde dentro.”*

#### **Bernard Skown, Associate professor and Program Director.**

Why choose the Stevens Business and Technology program?

Students who participate in this unique program will be highly sought after. Graduates of the program are cross-functional experts who can bring both their business skills and technology knowledge to bear in the corporate environment.

Companies will likely find their future leaders in the Business and Technology students.

High-rate of employment. Majority of students already have at least one job offer before graduating.

Small, elite program; low student to instructor ratio.

Instructors all have backgrounds in industry. They bring with them highly sought-after business contacts and networking opportunities.

Guest lecturers are integral to the program. Leaders from industry give keynote seminars throughout the duration of the program

Regular field trips to the Wall Street financial district

Program is cutting-edge. Curriculum is constantly being redeveloped to stay ahead of the curve.

Course content meets all current market demands

State-of-the art facilities; the Babbio center, with unrivalled views over Manhattan, was opened in May 2006.

Program thoroughly prepares all students for the workplace. This is achieved through:

- Practical project work throughout the program
- Students will build and lead cross-functional teams, drawing on resources from other schools and disciplines
- Students work directly with real businesses on case studies and project work
- Students undertake fieldwork in the marketplace including market research and analysis
- Throughout all aspects of the program, students hone their presentational and team-working skills
- Students are expected to undertake Internships with key industry players. Students learn interview skills, build their resumes, and gain invaluable insight to the real world. Many students return to the same company each year, and are often recruited upon graduation
- Students leave the program with all essential professional interpersonal skills
- ***Interns from the Business and Technology program added value to Citigroup through their unique skills combination; technology and business. Their high caliber presentation and business analysis skills bridged the communication gap between development staff and business clients. We found them mature and well prepared for corporate America.***

#### LONDON SCHOOL OF ECONOMICS (LONDON)

- **Web:** <http://www.lse.ac.uk/resources/undergraduateProspectus2008/courses/Management/N203.htm>
- **Program: Undergraduate Program: BSC Management**

#### THE UNIVERSITY OF EDINBURGH (EDINBURGH)

- **Web:** <http://www.ed.ac.uk/studying/undergraduate/finder/subject.php?id=0,12>
- **Program: Undergraduate Program: Business Studies**

#### UTRECHT UNIVERSITY (UTRECHT)

- **Web:** <http://www.internationalbachelor.uu.nl/index.cfm/site/International%20Bachelor/pageid/352FE2C3-E081-2E3C-9072438DA9FAC6E2/index.cfm>
- **Program: Undergraduate Program: International Bachelor's Programmes**

#### CAMBRIDGE

- **Web:** [http://www.jbs.cam.ac.uk/programmes/undergraduate/undergrad\\_guide.html#core](http://www.jbs.cam.ac.uk/programmes/undergraduate/undergrad_guide.html#core)
- **Program: Undergraduate Program: Business Studies**

Además, a continuación presentamos las siguientes asociaciones que están directamente relacionadas con la gestión tecnológica:

#### IAMOT

- **Web:** <http://www.iamot.org>

- **Visión:**The Association is a non-profit organization incorporated in the State of Florida, United States of America.
- **Misión:** IAMOT offers its members association with professionals in the field. There is particularly close interaction during the annual conference. IAMOT offers its members a discounted registration fee for the conference. Members have access to all information posted on our website and the ability to post announcements. We send our members the IAMOT newsletter which contains current information on the field of Management of Technology from all over the world. We offer our members discounts for certain professional journals and we offer priority status in receiving reports and publications sponsored by IAMOT. Finally, we offer the benefit of participating in an Association which supports research and application projects, world wide, in cooperation with government or private organizations or in its own initiative, an association which encourages education in the field of Management of Technology, and acts as an information resource center in the field.
- **Objetivos:**
  - Sponsoring/Co-sponsoring the international conferences on Management of Technology and other relevant conferences, as approved by the Executive Council, (EC).
  - Supporting the publication of conference proceedings volumes.
  - Supporting research and application projects, world wide, either in cooperation with government or private organizations or on its own initiative.
  - Cooperating with other organizations operating in this field.
  - Encouraging education in the field of Management of Technology.
  - Exchanging information with other individuals and organization.
  - Acting as an information resource center in the field of Management of Technology.
  - Publishing a newsletter or other material to promote communication among members on matters of common interest and importance.
  - Establishing research priorities in the field on the basis of current and future needs.
  - Publishing or adopting a scholarly journal for dissemination of information to its members.
  - The founder and the founding members of the Association shall be twenty-one (21), whole names and affiliations are as follows:
    - Tarek M. Khalil, *University of Miami, USA, The Founder*
    - Michael Badawy, *Virginia Polytechnic Institute State University*
    - Bulent A. Bayraktar, *University of Miami, USA*
    - David Bennett, *University of Aston, UK*
    - Daniel Berg, *Rensselaer Polytechnic Institute, USA*
    - Frederick Betz, *The National Science Foundation, USA*
    - Roger Blais, *Ecole Polytechnique de Montreal, Canada*
    - Erich Bloch, *Council on Competitiveness, USA*
    - John Callahan, *Carleton University, Canada*
    - Y.Y. Chen, *National Open University, Taiwan*
    - Mohamed A. El-Nawawi, *Al-Azhar University, Egypt*
    - Hazem Ezzat, *General Motors Research Labs, USA*
    - Richie Herrinck, *IBM Corporation, USA*
    - Dundar Kocaoglu, *Portland State University, USA*
    - Michel Lavalou, *University of Technology of Compiègne, France*
    - Graham Mitchell, *U.S. Department of Commerce, USA*
    - Fujio Niwa, *National Institute for Science and Technology Policy, Japan*
    - Gerhard Rosseger, *Case Western Reserve University, USA*
    - Eduardo Vasconcellos, *University of Sao Paulo, Brazil*
    - Rias Van Wyk, *University of Cape Town, South Africa*
    - Karl Zaninger, *Thomas Group, Inc., USA*

#### CAMOT (CHINA)

- **Web:** <http://www.camot.org/>
- **Misión:** The vision of CAMOT is to inspire excellence for management of technology and promote the appropriate diffusion of management of technology principles throughout China.
- **Objetivos:**
  - To provide a platform for researchers and professionals to debate on how competitive advantages can be achieved through the application of successful technology management

- To provoke the current and strategic thinking of how core competences can be achieved through technology management
- To provide a platform for Chinese researchers, academics and practitioners to have close interaction with counterparts in the West
- To provide a platform for researchers, academics and practitioners in West to have close interaction with their Chinese counterparts
- To advance MOT research in China
- To promote MOT education in China

The Aims and Objectives of CAMOT will be achieved through the following activities and collaborative activities with other organizations:

- To organize international academic conferences attended by its members and those who are interested
- To organize international symposium on MOT in China
- To publish current thinking and strategic planning of MOT through Journal of Management of Technology in China (JCMT), its website, its newsletter and proceedings of conferences

To cooperate with IAMOT and IFTM in promotion and advancement of MOT research and MOT education in China

## **2.3 Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios.**

Los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios han sido resultado de la consulta a profesionales de la gestión, administración y dirección de empresas, como resultado de la demanda de estos perfiles puesta de manifiesto a través del departamento de inserción laboral de la universidad. Además, y gracias a la red universitaria de la Salle en el mundo los estudios y perfiles académicos coinciden con algunas universidades de la Salle que comparte la visión laboral y académica.

### **2.3.1 Procedimientos de consulta internos**

Para el desarrollo del plan de estudios, la Dirección de la Institución La Salle creó la comisión de grado, con el objetivo de preparar y proponer las nuevas titulaciones de grado en el EEES. Esta comisión está formada por: Director de la Escuela, Jefe de Estudios, Secretario Académico, Director de Transferencia de Tecnología y un responsable académico de cada una de las titulaciones que se proponen.

La coordinación de la comisión de grado y el vicerrectorado académico de la Universitat Ramon Llull se ha realizado mediante el Director de la Escuela. De esta forma la Universidad ha transmitido las directrices y procedimientos necesarios para la elaboración de la presente propuesta y la comisión de grado ha presentado sus propuestas.

A nivel interno, se han establecido reuniones con cada área de conocimiento y se ha debatido intensamente tanto sobre metodologías docentes como de los contenidos del plan de estudios de la titulación. En cada reunión se establecían objetivos concretos (conocimientos básicos del área, solapamientos posibles con otras áreas, conocimientos previos necesarios, etc.). Se agrupaban en bloques temáticos a partir de los cuales, junto con otros condicionantes como por ejemplo las competencias profesionales, se conforman las materias.

Se han tenido en cuenta las sugerencias de nuestros alumnos realizadas en las encuestas trimestrales, foros de opinión, reuniones, tutorías y seminarios, además de las propuestas por parte del claustro de profesores del centro.

Así mismo, se ha tenido en cuenta la dilatada experiencia profesional académica del equipo directivo.

Se han realizado:

- 10 reuniones con los profesores/as responsables de todas las materias.



- 15 reuniones de coordinación con los profesores/as responsables de materias con vinculaciones y compatibilidades evidentes (tecnológicas por un lado y de gestión por otro).
- 7 reuniones con los representantes de los alumnos/as (Delegados/as) de todos los cursos actuales.
- 4 reuniones con los responsables del Servicio de Desarrollo Profesional y Bolsa de Trabajo de La Salle.
- 5 reuniones con el Parque tecnológico de La Salle
- Encuestas a los alumnos/as en prácticas. Desde este punto de vista se evalúa la adecuación del desarrollo en la empresa con la formación recibida, a niveles tanto técnicos como personales
- Encuesta interna a los alumnos de Bachelors of Business Studies

Y se ha llegado a las siguientes conclusiones principales:

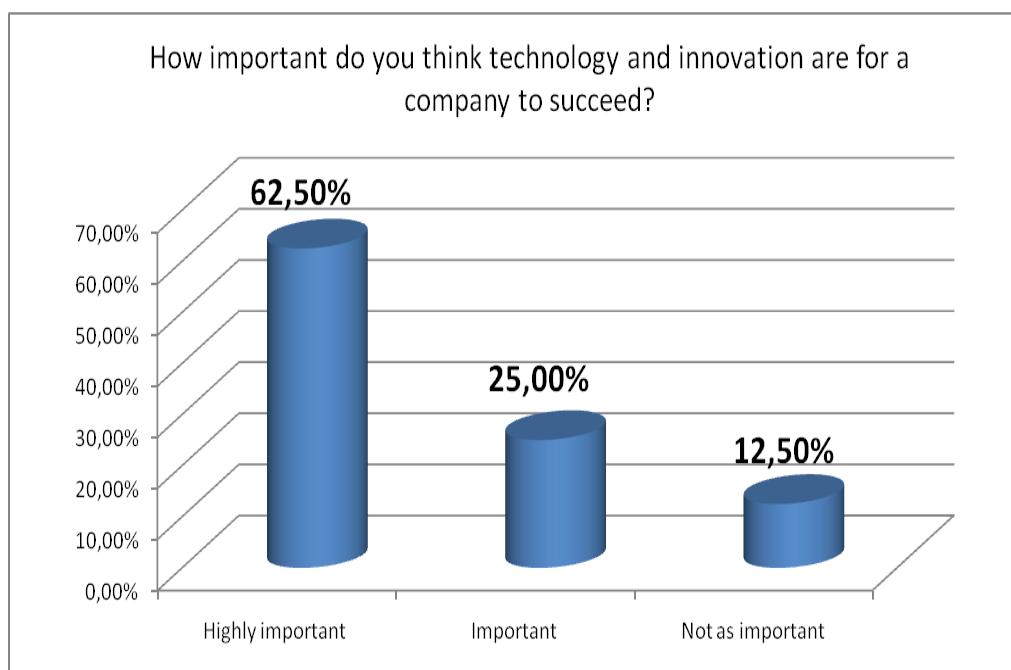
1. Es necesario una titulación en el entorno tecnológico de la administración y dirección de empresas.
2. La importancia de la multiculturalidad para la comprensión de un mundo global.
3. Es preciso ajustar los contenidos docentes de materias vinculadas y con compatibilidades evidentes con otras que se imparten con posterioridad a las primeras.
4. Será imprescindible concienciar a los alumnos/as de su implicación a través del trabajo personal en los nuevos sistemas educativos.
5. Se potenciará el contacto de los alumnos/as con el mundo empresarial y laboral, a través de prácticas tuteladas externas y/o en empresas.
6. Se desarrollarán sistemas de evaluación continuada a lo largo del curso, poniendo especial atención en que todas las competencias que se definan sean evaluables.

Las conclusiones derivadas de todas las consultas efectuadas han incidido de forma importante en la confección del Plan de Estudios propuesto y de la presente memoria.

#### Encuesta Interna Alumnos de Bachelor of Business Studies

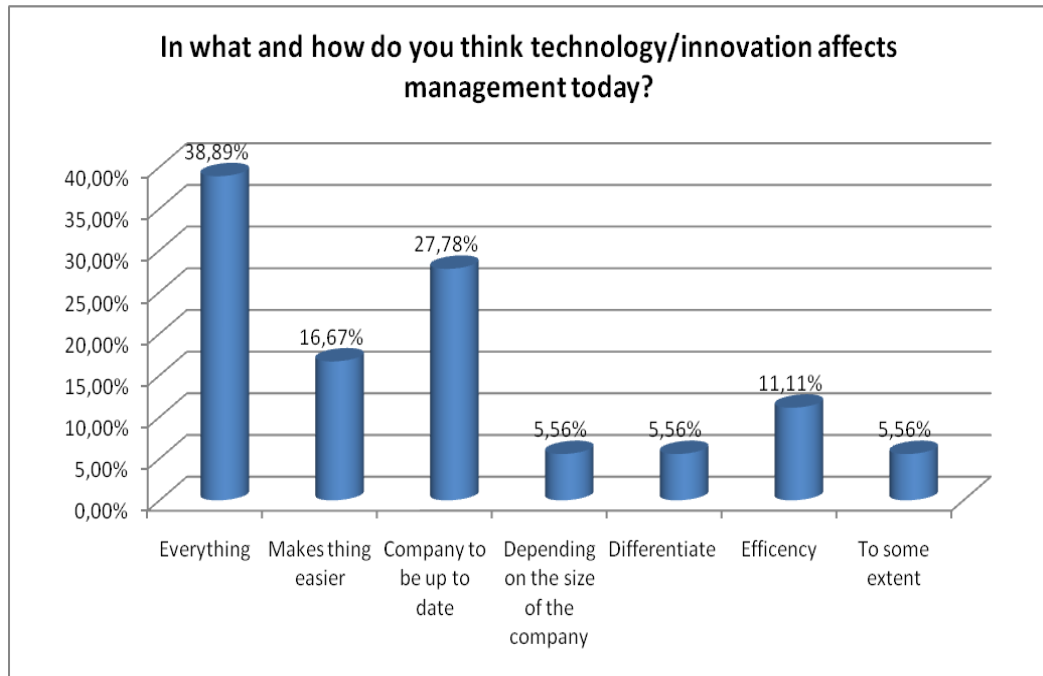
- ¿En que grado crees que afectan la tecnología y la innovación al éxito de las empresas?

Muy Importante	62,50%
Importante	25%
Poco Importante	12,50%



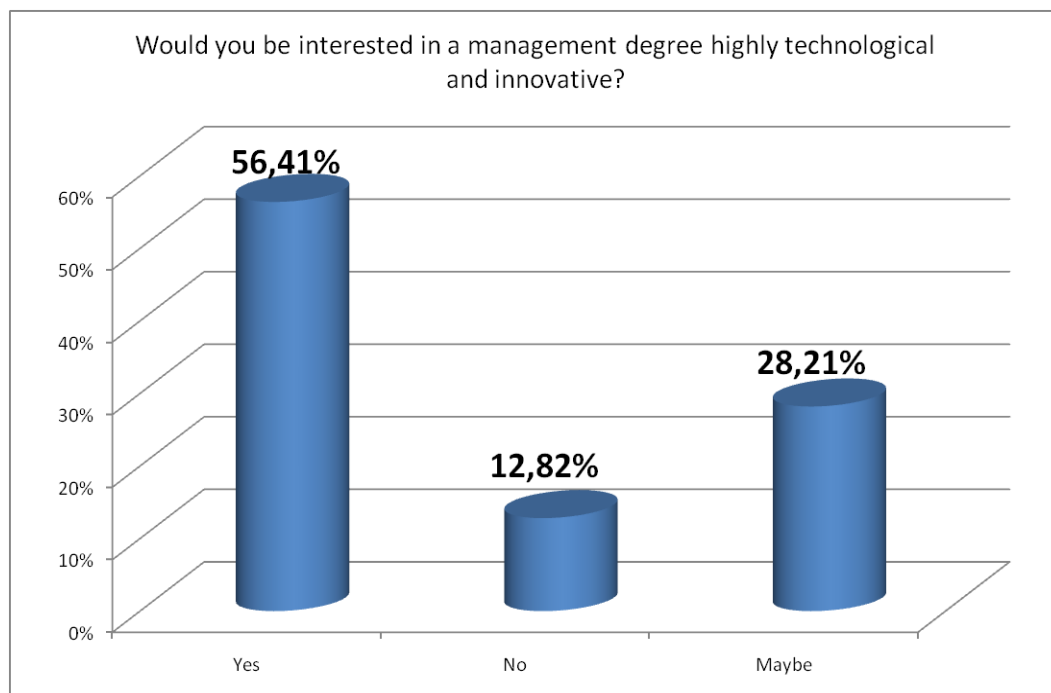
- ¿De qué manera crees que la tecnología y la innovación afectan a la gestión hoy en día?

En todo	33.89%
Para que las empresas estén al día	27.78%
En hacer las cosas más fáciles	16.6%
Para ser eficientes	11.11%
Depende del tamaño de la empresa	5.56%
Para ser diferentes	5.56%
Para expandirse	5.56%



- ¿Estarías interesado/a en un grado de dirección de empresas altamente tecnológico e innovador?

Sí	56.41%
Quizás	28.21%
No	12.82%



### 2.3.2 Procedimientos de consulta externos

La Salle siempre ha tenido un contacto muy cercano y permanente con el entorno empresarial (ver en nuestro centro de Transferencia Tecnológica en <http://www.salle.url.edu/tt/ES/index.html>). Con el objetivo de conocer la opinión de este entorno empresarial, se han establecido reuniones con diferentes agentes. En ellas, por parte de la universidad, se ha descrito la situación actual de los planes de estudios y las directrices del espacio europeo de educación superior. Los interlocutores empresariales han explicado sus inquietudes, las carencias y aptitudes que perciben en los recién titulados y que temas creen que serán estratégicos y por tanto se deberían potenciar.

En las reuniones de trabajo internas para el diseño del plan de estudios ha participado el responsable de nuestra división de Transferencia de Tecnología.

A través del Servicio de Desarrollo Profesional y Bolsa de Trabajo de La Salle se ha realizado un estudio sobre las demandas del sector laboral que han permitido diseñar el plan de estudios de la titulación. Se han realizado encuestas a 250 directores de recursos humanos y 1000 antiguos alumnos.

Se ha consultado también a los asociados de la “Associació d’antics alumnes de La Salle”. Adjuntamos un documento preparado y firmado por su presidente que da su soporte.



Barcelona, 07 de julio de 2008

A quien corresponda,

Este documento pretende dar fe del claro interés y muestra de soporte a la presentación del Grado en Dirección de empresas tecnológicas (BBA) por la Universidad Ramon Llull, de cara a su aprobación por parte de las autoridades competentes.

Desde la Asociación se promueve la formación humana, científica, tecnológica y profesional de las personas. El *Grado en Dirección de empresas tecnológicas (BBA) por la Universidad Ramon Llull* promueve claramente este precepto y se adecua de forma óptima con las nuevas necesidades y tendencias del sector, siendo el programa muy innovador y adecuado a los tiempos que corren.

Los perfiles son adecuados a la demanda real del sector y las competencias adquiridas se rigen por su coherencia para con las necesidades de éste, tan cambiante y necesitado de flexibilidad, adecuación constante y actualización obligada.

Y para que así conste, lo firma a los efectos oportunos,

Ramon Sangrà i Selvas  
Presidente de la AAA La Salle

Para la elaboración del plan de estudios, a través de consultas externas, se han utilizado varias líneas más de consulta:

- Encuestas a los Tutores de los estudiantes en prácticas (alrededor de 800 convenios con más de 400 empresas diferentes). En ellas se evalúa tanto la adecuación técnica como la personal del perfil a los alumnos a las exigencias de los puestos, tanto técnica como personal (actitudes, aptitudes, inquietudes, expectativas,..). Estas encuestas se pasan una vez que los alumnos han finalizado su periodo de formación.
- Encuestas a los alumnos en prácticas. Desde el otro punto de vista se evalúa la adecuación del desarrollo en la empresa con la formación recibida, a niveles tanto técnicos como personales.
- Se ha aprovechado los informes que se han ido realizando estos últimos años donde se especifica la situación actual de los perfiles cuyas demandas se ajustan a sus titulaciones. Estos informes cuentan con:
  - Información genérica de las demandas
  - Tipos de puestos que se demandan en el mercado.
  - Características y conocimientos técnicos de los puestos

- Perfiles personales de los candidatos y profesionales que desarrollan la actividad.
- Empresas que demandan los perfiles comentados.
- Previsión de desarrollo de las profesiones
- Consultas periódicas a los directores de RRHH de las empresas con las que se colabora, tanto a nivel de prácticas como laboral. Estas consultas se realizan tanto de manera informal continuamente, como en base a una encuesta anual sobre los perfiles incorporados en sus plantillas, y las características de los mismos. También se incluye una parte provisional sobre su visión del desarrollo de los mercados.
- Consultas a las universidades con las que desarrollamos programas de intercambio académico de estudiantes. Estas se hacen realizado con universidades nacionales (SENECA) con universidades europeas (SOCRATES – ERASMUS), así como universidades internacionales.
- Encuestas a los Antiguos Alumnos, evaluando la adecuación se programas, respecto al desarrollo profesional posterior.

Adjuntamos el estudio de ofertas y preferencias de empleo llevado a cabo por Infojobs. Fuente: Infojobs.net-2007, muestra las preferencias de empleo.

Administración de empresas	20%
Informática y telecomunicaciones	12%
Comercial y ventas	11%
Atención a los clientes	7%
Ingenieros y técnicos	6%
Compras, logística y almacén	6%
Turismo y restauración	5%
Profesiones artes y oficios	5%
Recursos humanos	3%
Inmobiliario y construcción	3%

Categorías profesionales más demandadas por las empresas. Top-10 Catalunya  
Fuente: InfoJobs.net (2007)

Administración de empresas	15.78%
Ingenieros y técnicos	12.76%
Recursos humanos	10.46%
Márketing y comunicación	10.38%
Finanzas y banca	8.99%
Informática y telecomunicaciones	6.27%
Comerciales y ventas	6.19%
Educación y formación	5.03%
Calidad, producción e I+D	4.62%
Inmobiliario y construcción	3.26%

Volumen de inscripciones de los candidatos universitarios a las ofertas. A nivel nacional  
Fuente: InfoJobs.net (2007)

Administración de empresas	19.85%
Comercial y ventas	10.68%
Atención a clientes	9.28%
Compras, logística y almacén	7.49%
Turismo y restauración	6.28%
Márketing y comunicación	5.57%
Ingenieros y técnicos	4.51%
Informática y telecomunicaciones	4.2%
Calidad, producción e I+D	3.58%
Diseño y artes gráficas	3.13%

Inscripciones a ofertas y preferencias de empleo. Catalunya (más de 11.794.740 inscripciones a ofertas)  
Los universitarios representan un 26.73% de éstas.  
Fuente: InfoJobs.net (2007)



## 2.4 Justificación de las menciones

### 2.4.1. Mención en Marketing Digital

En el actual entorno empresarial, altamente competitivo y global, el marketing está experimentando una intensa transformación. Los consumidores están fragmentados en segmentos cada vez más inteligentes y difíciles de acceder. La tecnología avanza tan rápidamente que aparecen constantemente nuevas herramientas de e-Commerce, marketing y comunicación.

Hasta el momento, la aparición de la tecnología digital ha dado lugar a un cambio revolucionario en el marketing y, en pocos años, se ha cuestionado radicalmente cada faceta del marketing mix. Como consecuencia de todo esto, la necesidad de profesionales cualificados en marketing digital es considerable.

La mención en Marketing Digital del Grado en Gestión de Empresas Tecnológicas forma a los alumnos para que sean capaces de integrarse profesionalmente en departamentos de Marketing Digital, no solo para desarrollar tareas desde un punto de vista técnico o táctico como sucede comúnmente, sino desde un punto de vista de gestión global y estratégico, transmitiendo las últimas tendencias y buenas prácticas de marketing para desarrollar ventajas competitivas empresariales, así como proporcionar una visión especializada en marketing digital.

El foco del programa es el área de marketing en la empresa en su vertiente digital y la traslación e integración de estrategias de marketing en entornos digitales a través de un programa académico innovador y actualizado que se adapta a las exigencias del mercado, combinando en profundidad las técnicas de Marketing Digital con las técnicas de Management necesarias para conocer a fondo una unidad de negocio estratégica.

Pero no solamente el marketing está evolucionando rápidamente, sino que la sociedad está enfrentándose a un cambio de paradigma en la relación entre las marcas y los usuarios. Los estudiantes de las áreas de marketing y de comunicación requieren de una constante reciclaje y formación para adaptarse a los nuevos cambios y aparición de nuevos canales y herramientas de Marketing y comunicación. Las Redes Sociales son el nuevo canal donde la innovación y los cambios están evolucionando más rápidamente, ganando de forma vertiginosa un lugar relevante en las estrategias de Marketing de las compañías convirtiéndose en un canal central, estratégico, no solo de la comunicación, sino también de la investigación comercial, las relaciones públicas, la atención al cliente y el posicionamiento de marca. Actualmente la comunicación online a través de medios sociales y comunidades de usuarios se ha convertido para muchas empresas en una alternativa viable a la costosa publicidad offline, ofreciendo además un medio de comunicación en la que la conversación con el cliente/consumidor/usuario es imprescindible.

Las redes sociales son un reflejo de la cultura de la compañía, de cómo la compañía entiende la relación entre el usuario y su empresa, de cómo debe escuchar, entender, solucionar y sobre todo aprender de sus clientes, puesto que ellos son quienes utilizan sus productos y saben cómo quieren consumirlos. También las redes sociales permiten medir de forma precisa y en tiempo real las consecuencias de las campañas de producto o de marca corporativa y su impacto sobre ventas y sobre la fidelización de sus clientes.

Una consecuencia a esta situación de cambio ha sido la creciente demanda por parte de las empresas de alumnos recién graduados con la especialización en Social Media, la gestión de las redes sociales y la dirección de proyectos en este campo. Perfiles juniors de Social Media Manager, Social Media Strategy o el de Community Manager están altamente demandados; todo tipo de empresas y organizaciones necesitan incorporar a su plantilla a un equipo propio capaz de gestionar su presencia en las redes sociales.

La tercera gran área de la mención en Marketing Digital es el e-Commerce. En la actualidad el mercado español no es capaz de absorber la oferta que generan las empresas españolas, por lo que estas se ven obligadas a internacionalizarse a través de la apertura de nuevos canales de venta internacionales, lo cual muchas veces pasa por el desarrollo de un área de e-Commerce que permita a la empresa utilizar el canal de venta de Internet para ofrecer sus productos de forma global.

Por ello las empresas demandan actualmente recién graduados que sean capaces de contribuir activamente en el diseño, implantación y desarrollo del área de e-Commerce, como unidad estratégica de negocio de las compañías y por ello la mención en Marketing Digital del Grado en Gestión de Empresas

Tecnológicas forma a los alumnos para que sean capaces de desenvolverse profesionalmente en áreas de e-Commerce, no solo desde un punto de vista táctico sino también desde un punto de vista de gestión global y estratégico.

Unos contenidos innovadores y actualizados que se adaptan a las exigencias del mercado, combinando en profundidad las técnicas de Marketing Digital y de e-Commerce con las técnicas de Management necesarias para disponer de una visión estratégica y global de la empresa.

Los objetivos del programa son los siguientes:

- Formar alumnos que sean capaces de integrarse en un departamento de marketing digital como unidad estratégica de negocio dentro de las compañías.
- Dar una visión profunda y completa del marketing digital y de sus capacidades de aceleración de negocios en Internet.
- Capacitar a los alumnos para sean capaces de hacer del análisis de la información del mercado y de la empresa un activo estratégico, clave para la implantación y dirección del área de marketing digital y consecuentemente para el mantenimiento de la competitividad y de la diferenciación de la compañía.
- Facilitar a los alumnos las herramientas necesarias para observar el mercado Online con mirada crítica y distinguir las oportunidades de negocio reales que existen.
- Detectar tendencias, mejores prácticas y activar mecanismos para mantenerse actualizado en un sector tan dinámico como el Online.
- Dar una visión profunda y completa de todas las áreas involucradas en el eCommerce, con especial énfasis en el marketing digital y sus capacidades de aceleración de negocios en Internet.
- Ofrecer una visión completa y transversal de las redes sociales para su integración en una estrategia global de marketing, así como los conocimientos necesarios para entender los nuevos paradigmas de la comunicación y el marketing.
- Que el alumno consiga una visión clara y en profundidad de todos los parámetros para entender el potencial de las redes sociales en el nuevo marco de relación entre marcas y usuarios.
- Disponer del conocimiento para saber estructurar una estrategia, un discurso y un buen conocimiento del potencial de las redes sociales para asegurar el cumplimiento de los nuevos retos del marketing.
- Adquirir el conocimiento tanto las últimas tendencias como de todas las herramientas necesarias para poder desarrollar una actividad profesional y personal de éxito partiendo de las redes sociales como canal vertebrador de comunicación y marketing

## 2.4.2. Mención en Economía Digital

Tres factores clave han impulsado la globalización económica en las últimas décadas; la caída del coste del transporte, la caída del coste de la comunicación, y un amplio compromiso político para reducir las barreras artificiales al comercio y la inversión. El coste del transporte se ha reducido progresivamente desde la revolución industrial, lo que ha contribuido notoriamente a la llamada "muerte de la distancia", por ejemplo los grandes buques portacontenedores ahora envían mercancías por todo el mundo a un coste insignificante. El compromiso político con el libre comercio, ahora supervisado por la regularización de Organización Mundial de Comercio, parece haberse consolidado en todo el mundo, aunque no pueda darse por garantizado.

El desarrollo económico debería seguir beneficiándose de una mayor innovación en la tecnología del transporte y nuevos acuerdos políticos que mejoren la liberalización de los flujos comerciales y de inversión. Sin embargo, el auge de la economía digital y el colapso resultante de los costes en la comunicación son actualmente el principal factor que impulsa la integración económica global, la innovación y la prometida prosperidad futura. La digitalización de la información, el desarrollo de una red global para la transmisión instantánea sin prácticamente coste y el almacenamiento de esta información están impulsando cambios transformadores en nuestra economía.

En tan sólo 30 años, el mundo ha sido testigo de una revolución de la información y las comunicaciones - que se manifiesta por el auge de Internet y la comercialización de los terminales de ordenador, teléfonos móviles y "smartphones". Grandes segmentos de la población humana, que antes vivían en economías pobres y aisladas, han pasado de forma acelerada por diversas etapas de desarrollo tecnológico y ahora pueden interactuar en un mundo mucho más grande, lo que incrementa las posibilidades de cualquier tipo de intercambio - de bienes, servicios, capital financiero y de las ideas. La barrera a la difusión de los antiguos y los nuevos conocimientos se derrumba, creando el potencial para que el mundo menos desarrollado alcance una economía sostenida, y se acelere la innovación en todo el mundo.

La ascensión de la economía digital está transformando las economías y sociedades del mundo en el que operan las empresas. Los futuros profesionales seguirán necesitando todas las competencias básicas que se desarrollan como parte de los programas universitarios de negocios, como por ejemplo el Grado en Gestión de Empresas Tecnológicas, que también incluye las áreas de márketing, operaciones, gestión financiera, gestión de personas, la economía y la gestión de la tecnología. Sin embargo, esta especialización añadirá una nueva dimensión a su formación como profesionales internacionales, proporcionando un estudio más profundo en la forma en que la economía digital está transformando el entorno empresarial global.

Si hablamos de áreas y materias de conocimiento, esta especialización ofrece a los estudiantes una visión general de cómo la digitalización está acelerando la integración de las economías y el capital financiero y explora las posibles consecuencias de esta nueva fase de la globalización, desde el punto de vista de la demanda que estos cambios producen en el diseño de políticas gubernamentales y en la coordinación de la política global, y explorando el papel de la innovación en el crecimiento económico, la creación de entornos innovadores exitosos, y evaluando la dirección en que la innovación digital podría tener en el futuro. Esta especialización también proporciona a los alumnos los conocimientos prácticos necesarios en los negocios, como por ejemplo la forma de obtener financiación para proyectos innovadores, además de explorar las oportunidades de negocio que se están desarrollando en clústeres de la economía digital y en las ciudades inteligentes, y de cómo la digitalización está impulsando la innovación financiera, las oportunidades de inversión y los mecanismos monetarios y de pago.

La alta base tecnológica del Grado en Gestión de Empresas Tecnológicas y la experiencia en las ingenierías de telecomunicación y multimedia que ofrece La Salle (URL), proveen un fuerte contexto en el que desarrollar esta especialización. Además, hay muy pocos programas en España que ofrezcan este enfoque en la comprensión del momento de transformación que la economía mundial está experimentando, y en la preparación de los profesionales que puedan ayudar a formar y desarrollar carreras exitosas en ese mundo.

Los objetivos de la especialización son:

- Proporcionar a los estudiantes una comprensión de cómo la economía digital está acelerando y profundizando la globalización, y transformando el entorno empresarial.

- Explorar cómo la economía digital promete impulsar la innovación y el crecimiento de la productividad, y ayudar a los estudiantes a identificar las condiciones en las que dicha innovación pueda prosperar.

- Dotar al alumno de los conocimientos necesarios para ayudar a identificar las oportunidades de negocio e inversión, en todo el mundo y en diferentes sectores.
- Permitir a los alumnos evaluar las consecuencias sociales, económicas y políticas de la transformación digital de la economía mundial, tales como los cambios en la distribución de ingresos, la urbanización, la movilidad laboral mundial y la migración, y la soberanía política. Este conocimiento debería facilitar que los estudiantes participen políticamente y éticamente en su sociedad, además de mejorar su capacidad para identificar nuevas oportunidades de mercado.
- Dotar al alumno de los conocimientos y herramientas para obtener financiación empresarial en un mundo cada vez más innovador y dinámico.
- Explorar el potencial de los clústeres de innovación y las ciudades inteligentes, permitiendo que los estudiantes identifiquen las tendencias de planificación y de estilo de vida facilitados por la economía digital, y así obtener una perspectiva de las nuevas oportunidades de negocio
- Proporcionar a los estudiantes una visión sobre el impacto transformador de la innovación digital en el dinero, medios de pago, las finanzas y la inversión.

### 2.4.3. Mención en Digital Entrepreneurship

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

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

La emprendeduría es una de las armas más potentes para crear más oportunidades para los jóvenes de Europa en general, y especialmente para España. Una de las maneras de fomentar la emprendeduría en España es a través de la educación. A pesar de su importancia, hay pocos grados en España con un enfoque en el área de emprendeduría. Está el grado en Liderazgo Emprendedor e Innovación de Modragon Unibertsitatea en el País Vasco. En Cataluña, el Tecnocampus en Mataró (La Fundación Tecnocampus Mataró-Maresme es una organización sin afán de lucro promovida por el Ayuntamiento de Mataró y el Consejo Comarcal del Maresme) ofrece Innoemprèn Universitario, de acceso gratuito para los alumnos matriculados en cualquiera de sus grados universitarios. Hacen sesiones con tutores para hacer un seguimiento de alumnos con proyectos desde la fase de ideas hasta la creación de un prototipo. Lo que queda claro es que a pesar de la necesidad de fomentar la emprendeduría en España, actualmente existen pocos grados universitarios con este enfoque.

Desde sus orígenes, la innovación y emprendeduría han sido parte integral de la cultura de La Salle – Universitat Ramon Llull. La Salle Technova es uno de los principales motivos, ya que es una de las incubadoras más importantes de Europa para las tecnologías innovadoras de nueva creación.

La emprendeduría digital ya juega un papel importante en los estudios del grado en dirección de empresas tecnológicas, y la relación con Technova es de alta importancia. Algunos ejemplos de iniciativas actuales son:

- Proyectos con más de 10 empresas de Technova en ebusiness, clase del tercer año de ADE, analizando la estrategia de la empresa y ejecutando una campaña de Adwords.
- Ponencias en la clase de emprendeduría del cuarto año con sesiones sobre Technova con ponencias de emprendedores, y sobre la financiación pública y privada.
- 3 talleres transversales (Creación de Ideas, Modelo de Negocio, y Plan de Marketing) entre las clases de emprendeduría de los grados de ADE y Multimedia.
- Technova Young, el club de emprendeduría de La Salle, es la interfaz principal entre alumnos y el mundo de la emprendeduría fuera de las clases formales.

Además hay varias iniciativas extracurriculares y transversales entre los alumnos de los varios grados y los emprendedores:

- El Concurso de Ideas de Technova es uno de los métodos principales para identificar los proyectos con más posibilidades de convertirse en empresas reales.
- Ponencias por parte de los profesores y asistencia por parte de los alumnos en eventos relacionados con la emprendeduría como por ejemplo Startup Weekend Barcelona, Biz Barcelona, Mobile World Congress, y 4 Years From Now.
- El evento LS Startup Lab fue creado hace 3 años por profesores de La Salle de las 3 escuelas (ADE, Ingeniería, y Arquitectura), y con la participación de mentores involucrados en el mundo de las startups. Es un evento gamificado para estudiantes de grado y de máster en el cual se crean equipos, piensan en ideas de negocio, y desarrollan las ideas durante la duración del evento de un día y medio. Hay premios para los ganadores, y diversión para todos.
- Un espacio físico, también llamado Startup Lab – es un espacio ideado para los proyectos con más posibilidades que salen de la clase de emprendeduría, aunque hay más usos previstos relacionados con la creación de aplicaciones móviles, realidad aumentada, y otros proyectos innovadores relacionados con la aplicación de nuevas tecnologías a problemas importantes.
- Uno de los casos de éxito es Sila Games. Sila games fue fundada en 2012 por alumnos de multimedia y ADE que se conocieron en el evento LS Startup Lab. Después del evento, participaron en el Concurso de Ideas de Technova y terminaron firmando un acuerdo con Technova por espacio y seguimiento de su progreso.



La mención en Digital Entrepreneurship, es en consecuencia un paso más en el proceso que ya lleva un largo recorrido en el grado de gestión de empresas tecnológicas. La mentalidad emprendedora es mucho más que la creación de empresas. Se trata de identificar y evaluar nuevas oportunidades de negocio, la planificación de todos los aspectos del negocio, el desarrollo del hábito de la experimentación y la mejora continua, la construcción y la gestión de equipos, y la ejecución de una estrategia en un entorno de incertidumbre extrema. Los objetivos de la mención incluyen los siguientes:

- Cubrir **las necesidades** de las empresas que nacen en Internet o de las ya existentes que ponen en marcha **iniciativas online**.
- Desarrollar los conocimientos y habilidades necesarios para **arrancar una idea online**.
- Aprender y aplicar **herramientas y técnicas de diseño, customer development, lean startup y desarrollo ágil**.
- Trabajar un **modelo de negocio nuevo** y desarrollarlo durante la mención, terminando con un pitch delante de mentores/inversores.

Ejemplos de los perfiles de salida de los alumnos que cursan la mención son:

- **Emprendedor y Fundador** de una nueva empresa. Enseñamos el camino a seguir y ayudamos con consejo, contactos, y presentaciones a los medios necesarios para arrancar y crecer.

Aunque los alumnos puedan crear su propia empresa después del grado, una gran equivocación es la idea de que convertirse en fundador de tu propia empresa es la única manera de aplicar sus tendencias emprendedoras. Hay otras opciones.

- **Responsable Marketing Digital o Gestor de Proyectos Digitales** en una empresa ya establecida. Los conocimientos de la mención son aplicables a proyectos digitales tanto en pequeñas empresas como en las grandes.
- **Intrapreneur** en una empresa ya establecida. Con las herramientas y técnicas que compartimos en la mención, junto con su propia creatividad y voluntad, los alumnos tendrán todo lo necesario para liderar programas de innovación en empresas establecidas.
- **Consultor Proyectos Digitales**. La consultoría es una muy buena manera de ver muchos proyectos digitales y aprender más sobre un área de conocimiento o sector.
- **Profesional en una Startup**. Una manera excelente de probar la vida en una startup es trabajar en una ya establecida antes de hacer el gran salto con su propia empresa.

Los módulos de la mención son los siguientes:

- Digital Startup Strategies (5 ECTS): Este curso revisa los modelos de negocio más efectivos en la creación de empresas digitales, y enmarca los procesos de identificar e implementar el modelo más adecuado.
- E-commerce (5 ECTS): El e-Commerce les permite a los alumnos utilizar el canal de venta de Internet para ofrecer sus productos de forma global. Para conseguirlo son necesarios conocimientos en la gestión de la plataforma tecnológica y la promoción por canales digitales.
- Mobile App Management (5 ECTS): Las aplicaciones móviles representan una manera cada vez más importante de interactuar con productos y servicios. En esta asignatura evaluamos procesos y herramientas utilizados en la creación, promoción, y gestión de las aplicaciones móviles.
- Social Entrepreneurship (5 ECTS): No sólo necesitamos emprendedores para crear empresas con ánimo de lucro. Esta generación de alumnos tiene una gran motivación para solucionar los grandes problemas sociales, y las ONG's necesitan un trato especial. En este curso trabajamos los procesos y ayudas que existen para conseguir el éxito en una empresa de enfoque social.
- Finance for Digital Startups (5 ECTS): Hay muchas diferencias entre la gestión del área financiero en los startups comparado con las empresas grandes. Hay que estar siempre pendiente de los temas de financiación y la gestión de los fondos. Además, la estimación de los presupuestos es mucho más complicado cuando se trata de un modelo de negocio nuevo sin historial financiero como referencia.
- Marketing Strategy for Digital Startups (5 ECTS): En este curso enseñamos métodos para maximizar los resultados de los esfuerzos de marketing con un presupuesto limitado, utilizando trabajos prácticos con las herramientas y técnicas más efectivas del marketing digital: redes sociales, SEO, Adwords, marketing de contenidos, etc.

#### 2.4.4. Mención en Gestión de las Industrias Deportivas (Sports Management)

A principios del siglo XXI, la industria del deporte se ha convertido en uno de los sectores que movilizan a nivel mundial miles de millones de dólares. Industria que a un nivel elitista forma parte de la gran industria del espectáculo, también está compuesta de una red infinita de sectores transversales.

Los atletas y organizaciones responsables de los numerosos eventos deportivos y campeonatos, forman parte de diversas federaciones deportivas (FIFA), diferentes ligas profesionales (NFL) y diversos clubes. Estas organizaciones poseen y gestionan multitud de instalaciones y estadios (Madison Square Garden) que acogen eventos deportivos que atraen a multitud de espectadores cada semana y eventos que pueden alcanzar altas audiencias a nivel mundial (Juegos Olímpicos y Copa FIFA mundial)

De esta forma, la industria deportiva se ha convertido en una de las industrias de entretenimiento que moviliza más dinero a nivel de derechos de emisión para las corporaciones mediáticas (como ESPN y SKY), las cuáles transmiten deportes continuamente a través de múltiples canales y formatos.

La profesionalización y comodificación de la industria deportiva ha sido impulsada por el interés de inversores y corporaciones multinacionales como patrocinadores de eventos, equipos, ligas, campeonatos e incluso atletas. Compañías como Nike, Adidas, Red Bull, Emirate Airlines, Samsung y muchas otras han utilizado la industria deportiva como instrumento para aumentar su público meta y ensalzar su marca.

Todas estas tendencias han marcado que la industria deportiva haya crecido de forma tal que se necesiten profesionales y expertos altamente capacitados. La naturaleza única de los deportes y su complejidad significa que no pueden ser gestionados de la misma manera que otros productos o servicios. Del mismo modo, la industria deportiva debe también aprender de la profesionalización de otras industrias y de prácticas adecuadas que puedan dirigirla a un desarrollo sostenible.

Los profesionales del sector deportivo han de poseer las competencias que se puedan desarrollar en estudios universitarios como es el Grado en Gestión de Empresas Tecnológicas, que incluye áreas de márketing, operaciones, gestión financiera, gestión de personal y gestión económica y tecnológica. Los managers deportivos han de dominar unas determinadas capacidades interpersonales y comunicativas en el que es un sector social orientado principalmente a personas. La capacidad de resolver problemas, de pensamiento crítico y de ser innovadores y creativos es esencial para ganar ventaja competitiva dentro del mercado deportivo.

Las organizaciones que trabajan directa o indirectamente con la industria valoran altamente a profesionales jóvenes bien preparados con conocimiento específico de la industria desde el punto de vista de todas las partes involucradas.

Si hablamos en términos de áreas y materias de conocimiento, la especialización facilita que los alumnos obtengan un alto conocimiento de la industria, definición de los factores principales y un amplio análisis de las complejas interrelaciones entre ellos. Se estudian los factores y desafíos claves, que incluyen desde dilemas éticos, gestión de márketing, gestión de eventos e instalaciones, nuevas tecnologías hasta la naturaleza cambiante de los fans y consumidores de deportes.

La especialización se centraliza en el márketing deportivo en profundidad tanto a nivel operacional como en consideraciones claves estratégicas como son el patrocinio, la promoción, la representación de atletas, y la gestión de la marca.

Debido a la naturaleza mediática de los deportes y su rol como forma de entretenimiento en los diversos medios de comunicación de la actual era digital, los alumnos salen preparados para gestionar la interrelación entre los diferentes interlocutores mediáticos de diversos perfiles (desde la impresión tradicional hasta los desarrolladores de aplicaciones móviles). Consecuente a estas relaciones mediáticas está la importancia en la gestión de las Relaciones Públicas en una industria altamente social y relacional.

En un nivel más operacional, los alumnos aprenden a gestionar eventos deportivos. En este aprendizaje, se aplica un enfoque de Dirección de proyectos, como parte de la larga relación entre La Salle y el Instituto de Project Management y la implementación de másteres profesionales. Los alumnos experimentan de primera mano el desafío de gestionar eventos reales y evaluar estas experiencias en eventos a gran escala. En combinación con la gestión de eventos, los alumnos aprenden sobre los desafíos en la gestión de instalaciones a gran escala que acogen grandes eventos tales como estadios o campos. Este incremento de instalaciones multi-uso demuestra la necesidad de sistemas y procesos de gestión más complejos que no sólo garanticen la calidad de la experiencia en el espectador, sino también su seguridad. Se tienen en

cuenta también valores más amplios en el desarrollo y sostenibilidad de las instalaciones, al igual que el aumento de presiones en el mercado y las características de la marca.

Una de las claves en el desarrollo de la industria actual y en un futuro cercano es el papel de la tecnología. Durante décadas el sector deportivo ha servido como laboratorio de pruebas para el desarrollo de tecnologías innovadoras, en el campo textil, equipamiento, TIC, alta tecnología mediática, internet y otros.

La alta base tecnológica del Grado en Gestión de Empresas Tecnológicas y la experiencia en las ingenierías de telecomunicación y multimedia que ofrece La Salle (URL), proveen los fundamentos perfectos en los que desarrollar los temas tecnológicos transversales que la especialización en gestión de deportes requiere. Las organizaciones deportivas son actualmente organizaciones tecnológicas que dependen de sistemas IT, canales multimedia, gestión de datos, además de tratar con clientes con un aumento de expectación tecnológica. Estos nuevos clientes incluyen una generación de nacidos en la era digital que están cambiando la realidad en la que vivimos y la dirección de la sociedad de la que formamos parte. Los managers deportivos del futuro habrán de poseer diversas habilidades, competencias y conocimientos que sean capaces de responder a esta realidad cambiante, características todas ellas que conlleva y proporciona esta especialización.

Durante algo más de cinco años La Salle (URL) ha ofrecido una serie de optativas en este área a través de la experiencia de su equipo de profesores, investigadores y los contactos que se han desarrollado a través de factores clave de la industria (por ejemplo, el acuerdo institucional con la Euroliga Baloncesto). Esta especialización es la manera de consolidar esta área de conocimiento en el Grado de Gestión de Empresas Tecnológicas y facilitará que se pueda desarrollar en los próximos años.

Actualmente en España hay muy pocos programas académicos que incluyan la preparación universitaria de sus alumnos para su entrada en la industria deportiva. En cambio, algunos países como Estados Unidos, Reino Unido, y Australia entre otros tienen ya una historia consolidada en el campo de la Gestión deportiva, desarrollando talentos autóctonos al igual que capturando talentos extranjeros para incrementar el desarrollo de sus propias industrias deportivas. El éxito de profesiones del deporte españoles habla por sí mismo, desde jugadores y equipos de fútbol, hasta jugadores de tenis, golf, F1, Moto GP de élite, y deportes emergentes como snowboard, skateboard, trial y otros. Este éxito requiere una consolidación de la nueva generación como managers profesionales deportivos que dirigirá a la industria deportiva a un futuro ético y sostenible.

Los objetivos del programa son los siguientes:

- Formar alumnos que sean capaces de integrarse en una organización deportiva o en cualquier sector vinculado directamente con la industria deportiva en cualquier área funcional de la organización.
- Dar una visión profunda y completa de la industria deportiva, los actores que compone, y las relaciones complejas entre actores.
- Capacitar a los alumnos para que sean capaces de hacer un análisis de la información del mercado deportivo y tomar decisiones estratégicas.
- Facilitar a los alumnos las herramientas necesarias para observar el mercado deportivo con una mirada crítica y distinguir las oportunidades de negocio reales que existen.
- Detectar tendencias, mejorar las prácticas y activar mecanismos para mantenerse actualizado en la industria del sector.
- Dar una visión profunda y completa de todas las áreas involucradas en el marketing deportivo con especial énfasis en el marketing digital y sus capacidades de aceleración de negocios en Internet.
- Ofrecer una visión completa y transversal de la gestión de instalaciones deportivas de alto standing y los eventos que se organizan en ellas.
- Disponer del conocimiento para saber gestionar las relaciones con los medios de comunicación y la importancia de las relaciones públicas en el sector deportivo.
- Entender como captar el valor competitivo que ofrecen las nuevas tecnologías que están cambiando el entorno de la industria y sus clientes.
- Adquirir el conocimiento tanto de las últimas tendencias como de todas las herramientas necesarias para poder desarrollar una actividad profesional y personal de éxito en la industria deportiva.

## 2.4.5. Mención en Social Media

En el actual entorno empresarial, altamente competitivo y global, el marketing, los negocios, la comunicación y la forma de crear y hacer crecer una marca –el branding- experimenta desde los últimos 4 años una intensa transformación. Primero fue internet que impactó en la economía hace 15 años, ahora desde el crecimiento masivo de las redes sociales estamos en otra era, la era de las redes sociales, la era de Facebook como Clara Shih auguró en su libro “The Facebook Era”. El entorno empresarial gradualmente, en todas sus vertientes, se ha visto involucrado, impactado, por el auge masivo de las redes sociales y las empresas que quieran sobrevivir en este entorno deben adoptarlas, para ello precisan rodearse de talento conocedor del valor que las redes sociales aportan a las compañías, la economía, la comunicación y a la sociedad.

La mención en social media del Grado en Gestión de Empresas Tecnológicas forma a los alumnos para que sean capaces de integrarse profesionalmente en distintos departamentos donde las redes sociales han entrado para quedarse como business as usual, no sólo como un proyecto. Departamentos como Marketing, Marketing Digital, recursos humanos, comunicación, branding, IT, relaciones públicas, atención al cliente, operaciones... experimentan hoy la necesidad de profesionales con un perfil curricular con expertise en social media.

Las Redes Sociales son el nuevo canal donde la innovación y los cambios están evolucionando más rápidamente, ganando de forma vertiginosa un lugar relevante en las estrategias de Marketing de las compañías convirtiéndose en un canal central, estratégico, no solo de la comunicación, sino también de la investigación comercial, las relaciones públicas, la atención al cliente y el posicionamiento de marca. Actualmente la comunicación online a través de medios sociales y comunidades de usuarios se ha convertido para muchas empresas en una alternativa viable a la costosa publicidad offline, ofreciendo además un medio de comunicación en la que la conversación con el cliente/consumidor/usuario es imprescindible.

Las redes sociales son un reflejo de la cultura de la compañía, de cómo la compañía entiende la relación entre el usuario y su empresa, de cómo debe escuchar, entender, solucionar y sobre todo aprender de sus clientes, puesto que ellos son quienes utilizan sus productos y saben cómo quieren consumirlos. También las redes sociales permiten medir de forma precisa y en tiempo real las consecuencias de las campañas de producto o de marca corporativa y su impacto sobre ventas y sobre la fidelización de sus clientes.

Una consecuencia a esta situación de cambio ha sido la creciente demanda por parte de las empresas de alumnos recién graduados con la especialización en Social Media, la gestión de las redes sociales y la dirección de proyectos en este campo. Perfiles juniors de Social Media Manager, Social Media Strategy o el de Community Manager están altamente demandados; todo tipo de empresas y organizaciones necesitan incorporar a su plantilla a un equipo propio capaz de gestionar su presencia en las redes sociales.

La mención complementa los estudios realizados en el Grado de Empresas Tecnológicas y permite a los alumnos desarrollar conocimiento, herramientas y habilidades en un área de preparación profesional relevante y que está en crecimiento. A nivel de posgrado, La Salle (URL) lleva más de seis años preparando a profesionales en este ámbito y actualmente tiene un master propio en Social Media. Los conocimientos, profesorado y contactos ya establecidos con diferentes sectores forman una base sólida para la implementación de la mención.

Los objetivos del programa son los siguientes:

- Formar y capacitar a los alumnos para
- Dar una visión profunda y completa del branding y el marketing digital y su impacto en la empresa
- Facilitar a los alumnos los conocimientos y herramientas básicas para gestionar redes sociales
- Que el alumno consiga una visión clara y en profundidad de todos los parámetros para entender el potencial de las redes sociales en el nuevo marco de relación entre marcas y usuarios
- Disponer del conocimiento para saber estructurar una estrategia, un discurso y un buen conocimiento del potencial de las redes sociales para asegurar el cumplimiento de los nuevos retos empresariales
- Adquirir el conocimiento tanto las últimas tendencias como de todas las herramientas necesarias para poder desarrollar una actividad profesional y personal de éxito partiendo de las redes sociales como canal vertebrador de comunicación y marketing

## 2.4.6. Mención en Digital Entertainment Management

Hacia el final del siglo 20 se convirtió en el entretenimiento una industria de miles de millones de dólares a escala mundial. Desde el teatro al cine y la televisión, la música y las artes escénicas a la explosión del sector de los videojuegos, el entretenimiento se ha convertido en un elemento central de la sociedad contemporánea y un importante factor de desarrollo económico. Con la llegada de Internet y acelerados procesos de digitalización, la producción, distribución y consumo de experiencias de entretenimiento se han transformado en un fenómeno complejo ' *transmedia* '.

Estas transformaciones requieren nuevos modelos de negocio para las organizaciones, sistemas y procesos, estrategias de marketing y de operaciones y una nueva generación de directivos para liderar este sector en crecimiento rápido. Un claro ejemplo de estas tendencias es en el sector de los videojuegos, donde se ha visto un crecimiento en el uso de consolas cada vez más potentes, y donde se ha visto los videojuegos superar a películas en términos de presupuestos de producción y generación de ingresos.

Las tendencias en ocio de los consumidores también se han transformado en la era de Internet con una explosión en el número y tipo de canales a través del cual el contenido de entretenimiento se puede distribuir. Con el crecimiento de los dispositivos móviles y el aumento de las velocidades de conexión y capacidades, la industria del entretenimiento está ahora "on demand", al instante consume en cualquier momento en cualquier lugar. La generación del milenio consumen medios menos tradicionales que nunca, incluyendo televisión y la prensa, como nativos digitales buscan nuevas experiencias más interactivas y sociales. El desafío para las organizaciones de base de entretenimiento es responder a esta demanda cambiante con el fin de seguir siendo competitivos y sostenibles.

El papel profesional de los directivos en la industria del entretenimiento implica la coordinación con los productores, directores y compañías de distribución para organizar el desarrollo de negocios de las producciones de los principales medios de comunicación , redes y puntos de distribución web. La mención ofrece a los estudiantes una visión en profundidad en la estructura de la industria del entretenimiento, sus principales actores, problemas y controversias y desafíos de gestión para el futuro cercano.

Una visión general de las principales plataformas de la industria (de cine y de imagen, música y videojuegos) desde las perspectivas económica, creativo, y de usuario. Los estudiantes aprenden cómo se han desarrollado estos sectores de entretenimiento, y cómo el comportamiento del consumidor ha cambiado en la era digital. Cada uno de estos sectores de la industria se analiza en términos de sus principales innovaciones, ya través de estudios de caso de marketing de éxito, procesos operacionales, la generación de flujo de ingresos y la gestión de costes, la tecnología y la gestión de personas. También se consideran las tendencias de vanguardia que están dando forma al futuro del entretenimiento.

Debido al papel central de la comercialización en la industria del entretenimiento, se hace hincapié en los procesos de promoción y distribución. Estrategias digitales de los principales interesados son explorados, incluyendo sus acciones de comunicación integradas, estrategias de precios y gestión de contenidos. Se hace especial hincapié en el papel de los medios sociales y el marketing del cliente generado como principales formas en las que se recomienda el contenido y compartida a un nivel de igual a igual. Los estudiantes también desarrollan una comprensión de la importancia de los datos y la forma de gestionar las métricas con el fin de mejorar los procesos de toma de decisiones. Se desarrollan también los aspectos legales y éticos de la gestión de los medios de comunicación en línea en el contexto de la propiedad intelectual y las cuestiones de privacidad, entre otros.

En términos de gestión de la distribución, los múltiples actores y las relaciones dentro de los (las cadenas de valor y el sector) de la cadena de valor del sector se exploran. Se hace hincapié en la gestión de los procesos de distribución integrados y ' *delivery* ' de experiencias de usuario de alta calidad a través de las fases de compra y consumo de los clientes.

Los estudiantes desarrollarán las habilidades necesarias para la industria del entretenimiento. Se hace especial hincapié en las habilidades de pensamiento creativo y la comunicación en los términos más amplios.

Esta mención se basa en la experiencia de La Salle (URL) en la ingeniería de alta tecnología y en ella participarán profesores del programa de ingeniería Multimedia, con su mención en videojuegos. Los estudiantes tendrán a su disposición las infraestructuras de multimedia de comunicación en la realización de proyectos y beneficiarse de los fuertes vínculos que existen entre la industria La Salle (URL) en este campo. El enfoque de gestión previsto por esta mención es vista como complementaria a la cartera existente de La

Salle de programas educativos a nivel de grado y una especialización que permitirá a los alumnos del grado en Gestión de Empresas Tecnológicas aplicar sus conocimientos a una industria en crecimiento y de alta relevancia para sus estudios.

Mientras que no hay programas con estas características que se han identificado hasta la fecha en España, esta área de estudios ha surgido en los últimos años en los EE.UU. (Carnegie Mellon, Universidad de Nueva York) y en el Reino Unido, pero sobre todo a nivel de postgrado. Hay una clara oportunidad para los estudiantes de pregrado para desarrollar carreras profesionales en esta industria de rápido crecimiento que reúne a los mundos de la administración de empresas y gestión de la tecnología.

Los objetivos del programa son los siguientes:

- Formar alumnos que sean capaces de integrarse en una empresa que forma parte de la industria del entretenimiento.
- Dar una visión profunda y completa de la estructura de la industria del entretenimiento.
- Capacitar a los alumnos para analizar los diferentes sectores que componen la industria en términos de su desarrollo, estructura, modelos de negocio y procesos de gestión, y sobre todo los procesos de producción.
- Facilitar a los alumnos el conocimiento y experiencia para realizar un plan de promoción para un producto o servicio en la industria.
- Entender los procesos en la gestión de la cadena de valor en la industria con un énfasis en la distribución de contenidos de forma integrada utilizando múltiples canales.
- Adquirir el conocimiento tanto las últimas tendencias como de todas las herramientas necesarias para poder desarrollar una actividad profesional y personal de éxito en la industria.