

ASPECTOS A SUBSANAR

CRITERIO 6. PERSONAL ACADÉMICO

No se ha ofrecido la información que se solicitaba en el anterior informe: “Se deberá proporcionar información específica sobre las horas de dedicación al título del profesorado que impartirá docencia. Se debe especificar también la dedicación a la tutela de trabajos fin de grado”.

[Se incluyen las horas de dedicación al título por cada uno de los profesores, así como la dedicación a la tutela de TFG](#)

Por otra parte, se proponen las siguientes RECOMENDACIONES para la mejora del título,

RECOMENDACIÓN

CRITERIO 2.

JUSTIFICACIÓN

Se recomienda incluir un párrafo donde se señale que la impartición de esta titulación en el campus de Madrid será en castellano.

[Se especifica en el apartado 6.1](#)

2. JUSTIFICACIÓN

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

¿El Título habilita para una profesión regulada?

Este título no habilita para el ejercicio de actividades profesionales reguladas en España, por lo que no debe tener ningún ajuste a las condiciones que establece el Gobierno.

Nota aclaratoria preliminar

*Si bien comenzamos el trabajo del diseño del título (Diciembre de 2013) bajo la denominación Grado en Negocios Digitales, realizando una traducción desde el concepto amplio del "Digital Business", tras varias reuniones mantenidas dentro de proceso de validación, tanto interno como externo, se acuerda cambiar la denominación a "**Grado en Dirección y Gestión de Empresas en el ámbito digital**"*

Es por ello que mucha de la documentación que aquí se acompaña (por ejemplo las cartas de apoyo de las empresas más relevantes), hacen referencia a la denominación genérica de "Digital Business".

La propuesta del nuevo **Grado en Dirección y Gestión de Empresas en el Ámbito Digital (Digital Business)** se asienta en 4 grandes pilares.

a) Se trata de un grado generalista, en dirección y gestión de empresas, pero en un ámbito específico, el digital, que es transversal para la economía.

b) El ámbito digital necesita de una formación específica.

c) Existe una demanda creciente de perfiles con conocimientos en el ámbito digital, por lo que la empleabilidad está asegurada.

d) El ámbito digital está creciendo, en volumen de negocio, fomentando el emprendimiento y la innovación, aumentando la competitividad a través de lo que se ha venido a llamar la "economía digital"

Procedemos a desarrollar cada uno de estos pilares:

a) Se trata de un grado generalista, en Dirección y Gestión de Empresas, pero en un ámbito específico, el Digital, que es transversal para la economía.

Podemos asegurar que el grado propuesto es **generalista (114 créditos** de materias de Empresa y a la vez, de ámbito **específico (90 créditos** en materias nuevas de la economía digital) – Ver apartado 2.3 "Diferenciación de Títulos dentro de la misma universidad" de la memoria-

Supone la **evolución natural** que están experimentando los estudios genéricos de Administración y Dirección de Empresas (ADE), adaptándose a las **necesidades específicas** de diferentes industrias o ámbitos. A modo de ejemplo podemos citar los grados de:

Ámbito Turístico:

- Grado en Empresas y Actividades Turísticas (UDIMA)
- Grado en Dirección Internacional de Empresas de Turismo y Ocio (Universidad Europea de Madrid)

Ámbito Internacional:

- Grado en Negocios Internacionales (Universidad de Valencia, Universidad Europea de Madrid, Universidad Miguel Hernández de Elche)

Ámbito PYME

- Grado en Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas (Universidad de Salamanca)

Aunque en España no encontramos ningún grado del ámbito digital en la gestión y dirección de Empresas (Empresa Digital), sí que lo encontramos en otras disciplinas empresariales como son el Marketing y la Comunicación.

Podemos encontrar grados oficiales como:

- Grado en Marketing y Comunicación Digital de la Universidad Politécnica de Catalunya
- Grado en Comunicación Digital, por la Universidad Pablo de Olavide y la Universidad San Jorge.
- Grado en Marketing y Comunidades Digitales, de la Universidad Pompeu Fabra.

Fuera de nuestras fronteras, sí podemos encontrar numerosos estudios de grado de dirección y gestión de empresas en el ámbito digital, tal y como se refleja en el **ANEXO 1 Cuadro Grados Digital Business en el Mundo.**

NOTA: la información sobre la oferta existente de Grados en el ámbito digital se detalla a continuación en el epígrafe **2.1.1. Interés Académico.**

b) El ámbito digital necesita de una formación específica

En el **Libro Blanco para el diseño de las titulaciones universitarias en el marco de la economía digital**, publicado por el **Ministerio de Industria, Energía y Turismo**, dentro del programa – Agenda Digital para España – podemos encontrar en la página 217, en el apartado de conclusiones: *“En el sector de la Economía Digital, hay una clara necesidad de poner en marcha programas de formación superior de calidad pensados específicamente para cubrir la demanda que existe de los perfiles profesionales más específicos de este sector. Estos perfiles tienen características especiales que hacen que la mera adaptación con pequeños itinerarios dentro de los programas formativos existentes en la actualidad no sea suficiente.”*

En este mismo apartado de conclusiones, hace clara referencia a lo comentado en el punto anterior sobre la necesidad de un grado generalista, con formación genérica, pero transversal al ámbito digital: *“...Entre otros aspectos se habla de formar egresados con una formación genérica y transversal importante que les dotará de versatilidad y adaptación a las necesidades del mercado y además favorecerá el trasvase y el reciclaje de un ámbito a otro.”*

<http://www.aneca.es/Sala-de-prensa/Noticias/2015/ANECA-participa-en-el-Libro-Blanco-para-el-diseno-de-titulaciones-en-la-Economia-Digital>

b.1 Una formación con competencias propias.

La formación en el ámbito digital requiere de Competencias Propias, punto primero que justifica una titulación específica que trabaje en este contexto.

En este sentido, **ADigital**, Asociación Española de la Economía Digital, asesor de

ANECA en materias digitales, ha desarrollado un modelo que reúne las 8 competencias que debe desarrollar un profesional para transformar digitalmente y de manera integral toda la organización y garantizar su madurez digital.

1. **Conocimiento digital:** Capacidad para desenvolverse profesional y personalmente en la economía digital.
2. **Gestión de la información:** Capacidad para buscar, obtener, evaluar, organizar y compartir información en contextos digitales.
3. **Comunicación digital:** Capacidad para comunicarse, relacionarse y colaborar de forma eficiente con herramientas y en entornos digitales.
4. **Trabajo en red:** Capacidad para trabajar, colaborar y cooperar en entornos digitales.
5. **Aprendizaje continuo:** Capacidad para gestionar el aprendizaje de manera autónoma, conocer y utilizar recursos digitales, mantener y participar de comunidades de aprendizaje.
6. **Visión estratégica:** Capacidad para comprender el fenómeno digital e incorporarlo en la orientación estratégica de los proyectos de su organización.
7. **Liderazgo en red:** Capacidad para dirigir y coordinar equipos de trabajo distribuidos en red y en entornos digitales.
8. **Orientación al cliente:** Capacidad para entender, comprender, saber interactuar y satisfacer las necesidades de los nuevos clientes en contextos digitales.

<https://www.adigital.org/media/claves-tranformacion-digital.pdf>

<http://www.rocasalvatella.com/es/8-competencias-digitales-para-el-exito-profesional>

Estas competencias han servido de base para la creación de este título, tal y como podemos observar en el Capítulo 3 de la presente memoria.

Por su parte, la **Comisión Europea** anunció el pasado 11 de marzo del presente año, la puesta en marcha de un ambicioso estudio para detectar las "**Digital skills**" que se necesitarán en los trabajos del futuro: "*Digital skills are increasingly needed throughout the workforce, as a complement to existing jobs and for the new jobs that are being created.*"

<http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/launch-study-digital-skills-workplace>

En el **Libro Blanco para el diseño de las titulaciones universitarias en el marco de la economía digital**, publicado por el **Ministerio de Industria, Energía y Turismo**, dentro del programa – Agenda Digital para España – podemos encontrar en las páginas 197 a 200 las competencias "específicas de formación disciplinar y profesional del ámbito digital en el área de estrategia y gestión de negocio". Este listado incluye 25 competencias que se han tenido en cuenta en el desarrollo del presente grado.

NOTA: Para el desarrollo de las **Competencias** expuestas en el **Capítulo 3**, se han tenido en cuenta las competencias "recomendadas" tanto por ADigital como por el "Libro Blanco para el diseño de las titulaciones universitarias en el marco de la economía digital". También se han tenido en cuenta para su desarrollo el análisis del perfil del egresado y competencias requeridas por las empresas a través de un profundo análisis de la actual oferta de empleo, así como de los futuros puestos de trabajo.

b.2 Alineado con la Agenda Digital de España, del Ministerio de Industria, en la que se reclama nuevos sistemas formativos universitarios que den respuesta a la "formación y capacitación digital"

La Agenda Digital de España, del Ministerio de Industria (<http://www.agendadigital.gob.es/agenda->

ESIC, como centro adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos, cuenta con una dilatada experiencia previa en la formación de profesionales en el ámbito digital.

ESIC es miembro de ADigital (Asociación de la Economía Digital) y ha ocupado cargos representativos en las comisiones de educación.

ESIC, a través su Instituto de la Economía Digital (www.icemd.com), tiene 20 años de experiencia (ICEMD es fundado en 1995) en la formación de profesionales del ámbito digital, y donde ha formado a más de 6.000 alumnos.

Cuenta además con un dilatado claustro de profesores de este ámbito.

c) Existe una demanda creciente de perfiles con conocimientos en el ámbito digital, por lo que la empleabilidad está asegurada.

c.1 Perfil con alta demanda y empleabilidad.

Según el estudio realizado por **El Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (ONTSI)** sobre "Los Perfiles Profesionales más demandados en el ámbito de los contenidos digitales 2012-2017" resalta la necesidad de **especialistas digitales en los ámbitos de estrategia y gestión de negocio**, así como otros más específicos como especialistas legales, especialistas en marketing y comunicación
<http://www.red.es/redes/sala-de-prensa/noticia/los-profesionales-digitales-mas-demandados-y-la-mayor-creacion-de-empleo-esta>

Esta **necesidad de especialistas digitales en especial en estrategia y gestión digital**, queda manifiesta en el estudio EPYCE 2014 "Posiciones y Competencias más demandadas en la empresa 2014" realizado por la Asociación Española de Directores de RR.HH y EAE Business School.
<http://www.eae.es/news/2015/03/02/aedrh-y-eae-presentan-el-primer-informe-sobre-posiciones-y-competencias-mas-demandadas-en-2014>

El periódico Expansión realizaba en enero de 2013 un informe de las "**25 profesiones y competencias digitales clave**", donde ya resaltaba la necesidad de establecer una "Estrategia Digital", definiéndola como aquel proceso de la transformación de las funciones claves en las áreas de la empresa como marketing, comunicación, producto, ventas, I+D, RRHH, IT... destacando la aparición de la figura del **CDO o Chief Digital Officer**, como el responsable de la estrategia digital de la empresa.
<http://www.expansion.com/blogs/lideres-digitales/2013/01/15/25-profesiones-y-competencias-digitales.html>

Este mismo diario económico, en su artículo "El ámbito 2.0, un yacimiento de empleo con presente y futuro" hace referencia a "*Las ofertas de trabajo no abundan en nuestro país, pero el sector digital demanda especialistas que aún escasean. La formación y el reciclaje son clave para abrirse hueco en las nuevas profesiones de Internet*" (<http://www.expansion.com/2013/06/17/emprendedores-empleo/mercado-laboral/1371471932.html>)

Así mismo, en el "Observatorio de las Ocupaciones" del **Ministerio de Empleo y Seguridad Social**, encontramos referencias claras a puestos específicos del ámbito digital como el "Digital Strategic and Business manager", como un perfil con clara oferta de empleo (Los perfiles de la oferta de empleo 2014)
https://www.sepe.es/contenidos/que_es_el_sepe/observatorio/observatorio.html

Son numerosos los medios de comunicación que hacen listados de los nuevos perfiles digitales demandados por las empresas:

<http://www.expansion.com/2014/02/25/empresas/1393349438.html>

<http://blog.jobandtalent.com/lista-de-los-puestos-de-trabajo-del-mundo-digital/>

Por su parte, la consultora SODEXO, a través de su estudio "Tendencias Laborales; Profesiones más demandadas para el 2030", **hace referencia al gran volumen de profesiones, aun por crear, con un corte digital.**

[http://noticias.universia.net.mx/en-](http://noticias.universia.net.mx/en-portada/noticia/2014/03/24/1090281/profesiones-mas-demanda-proximos-10-anos.html)

[portada/noticia/2014/03/24/1090281/profesiones-mas-demanda-proximos-10-anos.html](http://noticias.universia.net.mx/en-portada/noticia/2014/03/24/1090281/profesiones-mas-demanda-proximos-10-anos.html)

La tendencia en la creación de empleo de la economía digital es alcista. Más allá de los datos vistos en la Comisión Europea donde hablaba de más de 900.000 puestos de trabajos, vemos que, incluso, con un análisis más local, las cifras siguen siendo igual de interesantes: Según un estudio del "Cluster de eCommerce & Tech" las empresas digitales han multiplicado por tres la facturación y por dos las contrataciones, citando por ejemplo la creación de 9.000 puestos en la ciudad de Barcelona.

[http://w42.bcn.cat/web/es/noticias-i-](http://w42.bcn.cat/web/es/noticias-i-premsa/noticies/actives/sector-digital-crea-9000-puestos-trabajo.jsp)

[premsa/noticies/actives/sector digital crea 9000 puestos trabajo.jsp](http://w42.bcn.cat/web/es/noticias-i-premsa/noticies/actives/sector-digital-crea-9000-puestos-trabajo.jsp)

Esta tendencia viene ya comportándose de esta forma desde años anteriores, si tenemos en cuenta que ya en el año **2013** el diario El Economista anunciaba que para el año 2014 las empresas españolas contratarían a más de 16.000 personas del ámbito digital.

[http://ecoaula.eleconomista.es/interstitial/volver/xtboct13/primer-](http://ecoaula.eleconomista.es/interstitial/volver/xtboct13/primer-empleo/noticias/5308303/11/13/Las-empresas-espanolas-contrataran-en-2014-a-16000-profesionales-de-marketing-digital.html)

[empleo/noticias/5308303/11/13/Las-empresas-espanolas-contrataran-en-2014-a-16000-profesionales-de-marketing-digital.html](http://ecoaula.eleconomista.es/interstitial/volver/xtboct13/primer-empleo/noticias/5308303/11/13/Las-empresas-espanolas-contrataran-en-2014-a-16000-profesionales-de-marketing-digital.html)

O que por ejemplo, ya en el año **2011**, la IAB (Internet Advertising Bureau) publicaba un estudio sobre los perfiles más demandados en el ámbito digital.

[http://www.iabspain.net/wp-](http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2012/02/Informe-Observatorio-Mercado-Laboral-IAB-2011.pdf)

[content/uploads/downloads/2012/02/Informe Observatorio Mercado Laboral IAB 2011.pdf](http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2012/02/Informe-Observatorio-Mercado-Laboral-IAB-2011.pdf)

c.2 Demanda y Empleabilidad en Europa.

En el año 2014, la Vicepresidenta de la **Comisión Europea** y responsable de la Agenda Digital, Neelie Kroes, afirmaba "**Hay casi un millón de puestos digitales sin cubrir en Europa**"

<http://www.abc.es/economia/20141009/abci-cumbre-emprendedores-kroes-2014-201410082052.html>

En el estudio publicado por la **Comisión Europea** "European Vacancy and Recruitment report 2014", en su apartado "Top 25 growth occupations in youth hirings" hace referencia a la **alta demanda prevista de puestos de trabajo en los que se demanden competencias y visión digital** y de las tecnologías de la información ("high-skilled ICT Jobs")

<http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=11897&langId=en>

c.3 No sólo enfocado a la gran empresa, sino también a la PYME.

La **Unión Europea** está especialmente sensibilizada en la capacitación y el desarrollo tecnológico y digital de la pequeña y mediana empresa europea.

La **transformación digital** a través de las tecnologías de la información y la comunicación, ofrece a las PYMES la oportunidad de operar más allá de sus fronteras, alcanzar mercados mayores y mejor segmentados, vincular países y mejorar sus cadenas de valor.

Sin un desarrollo completo de la economía digital, la PYME europea corre el riesgo de no poder competir en un mercado globalizado.

<https://www.adigital.org/media/claves-tranformacion-digital.pdf>

d) El ámbito digital está creciendo, en volumen de negocio, fomentando el emprendimiento y la innovación, y aumentando la competitividad a través de lo que se ha venido a llamar la "economía digital"

d.1 La economía digital como ámbito específico de la economía, con crecimiento y futuro.

ADigital, en su informe "**Sobre la transformación digital y su impacto socioeconómico**", dice "**La Economía digital se ha convertido ya en el motor de las economías más avanzadas, pues representa según algunas fuentes en torno al 20% del crecimiento del PIB y tiene un peso económico mayor que sectores como el agrícola o el energético. En España se estima que el impacto de internet superaba en 2011 los 23.400 millones de euros (2,4% del PIB), 9.200 de los cuales correspondían al comercio electrónico, cifra que superó los 12.000 millones de euros al finalizar 2013.**"

<https://www.adigital.org/media/claves-tranformacion-digital.pdf>

d.2 El ámbito digital en la economía está consolidado, fomentando la innovación, y aumentando la competitividad.

En el **Libro Blanco para el diseño de las titulaciones universitarias en el marco de la economía digital**, publicado por el **Ministerio de Industria, Energía y Turismo, dentro del programa – Agenda Digital para España –**, en la página 17 encontramos:

"... Este nuevo ecosistema digital está suponiendo un desafío importante. Se están redefiniendo las bases de la innovación, de la productividad, pero también va a ser trascendental para los modelos educativos y el empleo. La generación de conocimiento y el desarrollo de un nuevo talento se potencian como nunca. Las transformaciones son profundas en la forma de abordar toda la actividad interna de las empresas, en su cadena de valor, en definitiva, en la estructura de prácticamente todos los sectores económicos e industriales.

Su efecto transformador no ha hecho más que empezar en sectores como la salud, la producción industrial, los servicios financieros o la educación. Tiene implicaciones más allá del sector de las TIC, consolidando nuevos modelos de negocio emergentes a partir de las redes y el uso de los datos como fuente de valor. Adicionalmente, Internet está empoderando a las personas en nuevas y diferentes formas de crear y compartir ideas, dando lugar a nuevos contenidos, nuevas formas de emprender y nuevos mercados.

En consecuencia, las tecnologías digitales incrementarán la competitividad en la economía, la productividad y la innovación, contribuyendo al crecimiento del PIB de los países..."

En los últimos 17 años la evolución de internet en la sociedad española ha sido asombrosa. Los primeros estudios sobre el nivel de uso y acceso a internet en

España son de 1996 (El Estudio General de Medios, o EGM, incorpora este epígrafe por primera vez en su edición de 1996 (1), donde apenas una población de 343.000 personas se conectaban a este sistema de comunicación). A día de hoy no podríamos entender nuestra vida sin nuestro smartphone, email, Google o WhatsApp. Desde que despertamos hasta que nos acostamos vivimos conectados: nuestro ocio, nuestras relaciones, nuestros trabajos, pasan a diario por el mundo de los bits.

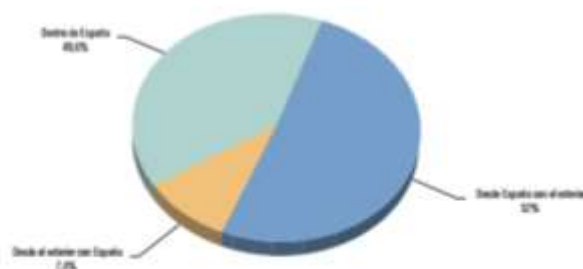
Este nuevo ecosistema digital está teniendo un impacto extraordinario en nuestro sistema económico. No en vano se han acuñado y extendido el uso de términos como "economía digital" o "digital business"(2).

El comercio electrónico, por citar una de las disciplinas de "digital business", ha seguido creciendo en un panorama económico que nos tiene acostumbrados a cifras negativas. Los últimos datos que nos ofrece el "Informe de eCommerce"(3) desarrollado por la CMT (Comisión para el Mercado de las Telecomunicaciones), **refleja un crecimiento del 14% entre los años 2011 y 2012, situando la cifra actual en los 10.454 millones de euros, un 1% del PIB Español.**

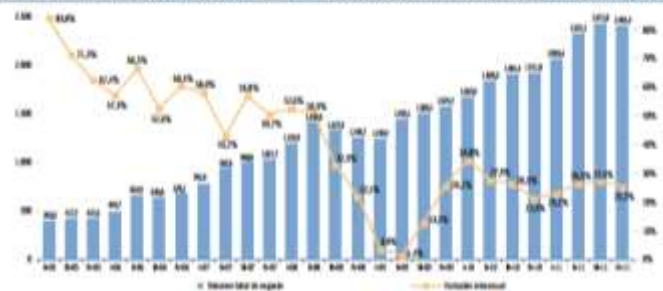
Este volumen que genera el eCommerce Español, además, está sirviendo a nuestras empresas para una de las posibles salidas a la crisis, las exportaciones y **la internacionalización de las empresas.** El informe nos muestra como más del 50% de este volumen de negocio lo hacen nuestras empresas fuera de los límites nacionales. (Ver CUADRO 1)

El potencial de crecimiento y la realidad del volumen de negocio de esta disciplina también queda patente al analizar las empresas que configuran el **NASDAQ 100** (4), donde el 10% son empresas que operan exclusivamente en internet, las conocidas como "punto com".

NÚMERO DE TRANSACCIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SEGMENTADO GEOGRÁFICAMENTE (74-11, porcentaje)



EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y VARIACIÓN INTERANUAL. (volúmenes de euros y porcentajes)



CUADRO 1: Número de Transacciones del comercio electrónico segmentado geográficamente y Evolución del volumen de negocio del comercio electrónico y variación interanual. FUENTE: CMT (3)

- (1) <http://www.aimc.es/Entrega-de-resultados-EGM-2%C2%AA-ola,1287.html>
- (2) Una búsqueda en noticias de Google acotada al término de "Digital business" nos ofrece 16.400 resultados sobre noticias que hablan y usan este concepto. [Aquí.](#)
- (3) http://www.cmt.es/c/document_library/get_file?uuid=749390ea-c8aa-4b18-b0ad-d25da04fa0f0&groupId=10138
- (4) El *Nasdaq 100* es un índice bursátil de Estados Unidos, que refleja la evolución de las 100 empresas con mayor capitalización bursátil que cotizan en el mercado electrónico del *Nasdaq*.

Se incluyen dentro de este sector empresas de telecomunicaciones, venta al comercio al por mayor y al por menor, empresas de *hardware* y *software* y de biotecnología, siempre y cuando formen parte del *Nasdaq Stock Market*. Pueden formar parte de este índice, además de empresas americanas, también empresas internacionales.

2.1.1 Interés académico

El Grado que se propone en este documento es un título nuevo adaptado al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Se trata por tanto de una propuesta de Grado nueva en España.

Referentes Nacionales:

En el **Libro Blanco para el diseño de las titulaciones universitarias en el marco de la economía digital**, publicado por el **Ministerio de Industria, Energía y Turismo**, dentro del programa – Agenda Digital para España – se realiza un estudio pormenorizado de la actual oferta universitaria vinculada con la Economía Digital.

Donde concluye “*En la actualidad, un total de 71 universidades españolas ofertan titulaciones vinculadas al ámbito de la Economía Digital, con un total de 259 planes de estudio*” (Página 47), de los cuales, en el área de grado, encontramos 82.597 alumnos, lo que supone un **6% del total de matriculaciones** en todas las carreras de grado para el curso 2013-2014 – sobre un total de 1.412.673 alumnos – (Página 74) – un **4%** para el curso 2012-2013.

Dentro de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas, donde se enmarca este grado, encontramos 7 grados que tienen relación con la “Estrategia y Gestión de Negocio Digital” (Página 60) y ninguno en Empresa Digital, de ahí la oportunidad de este grado.

Código	Título	Universidad	Nivel académico	Estado	Año de inicio
Contenidos Digitales					
2502692	Graduado en Multimedia y Artes Digitales	Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	Grado	Publicado en B.O.E.	2011
Marketing y Comunicación					
2502818	Graduado en Comunicación Digital	Universidad Cardenal Herrera-CEU	Grado	Publicado en B.O.E.	2013
2503083	Graduado en Comunicación Digital	Universidad Pablo de Olavide	Grado	Publicado en B.O.E.	2014
2502866	Graduado en Comunicación Digital	Universidad San Jorge	Grado	Publicado en B.O.E.	2013
2502736	Graduado en Comunicación Digital	Universidad San Pablo-CEU	Grado	Publicado en B.O.E.	2012
2503102	Graduado en Marketing y Comunicación Digital	Universidad Politécnica de Catalunya	Grado	Acuerdo Consejo de Ministros	2014
2502704	Graduado en Marketing y Comunidades Digitales	Universidad Pompeu Fabra	Grado	Publicado en B.O.E.	2012
Gestión de Proyectos					
Legal y Transacciones					
Empresa Digital					

CUADRO 2: Oferta de Grados en el Ámbito Digital. Fuente; Libro Blanco para el diseño de las titulaciones universitarias en el marco de la economía digital.

Referentes Internacionales:

Podemos señalar que se trata de unos estudios con gran aceptación a nivel europeo, americano o incluso a nivel asiático. En concreto, y sin ánimo de ser exhaustivos, se pueden señalar como principales referentes externos las siguientes titulaciones internacionales:

Algunas referencias de **titulaciones europeas** las encontramos:

- **Bachelor of Sciences (BSc Hons) in eBusiness and Entrepreneurship** en Anglia Ruskin University, Business School London. En el Reino Unido. [Aquí.](#)
- **Bachelor in Digital Business Management** en Carinthia University of applied Science, Villach. En Austria. <https://www.fh-kaernten.at/en/degree-programs/management/overview/management/bachelor/degree-program/digital-business-management/>
- **Creative Bachelor in Digital Business Concepts** en Copenhagen School of Design and Tecnology, Copenhagen. En Dinamarca. [Aquí.](#) y [Aquí.](#)
- **Bachelor in Digital Business Management.**
HTW. University of Applied Science, SUIZA

Algunas referencias de titulaciones en el **mercado americano**:

- **Licenciado en Comercio Electrónico** en la Universidad Autónoma de Aguascalientes de México. [Aquí](#)
- **Diplomado en Comercio Electrónico** en la Universidad Nacional Autónoma de México.
Facultad de Contaduría y Administración, de México. [Aquí](#)
- **Licenciado en Comercio Electrónico** en la Universidad de Panamá dentro de la Facultad de Informática, Electrónica y Comunicación, de Panamá. [Aquí](#)
- **Bachelor of Science in eBusiness** en el Ashworth College, Georgia. En USA. [Aquí](#)
- **Bachelor in Digital Business Management.**
HUMBER University. CANADA

Y por último, algunas a **nivel asiático y resto del mundo**:

- **Bachelor Degree in eCommerce** en la Zhejian Gongshang University. Hangzhou. En China. [Aquí](#)
- **Bachelor of Business Administration (Hons) in Electronic Commerce** en la City University of Hong Kong. En Hong Kong, China. [Aquí](#)
- **Bachelor of Business Administration (Hons) in eCommerce** en la Infrastructure University, Kuala Lumpur. En Malasia. [Aquí](#)
- **Bachelor of Business Administration (Hons) in eCommerce** en la Al-Madinah International University. Shah Alam. En Malasia. [Aquí](#)
- **Bachelor of e-Business** en la Macquarie University, Sidney. En Australia. [Aquí](#)

Más información y desglose de otras titulaciones de referencia en el **ANEXO 1 Cuadro Grados Digital Business en el Mundo.**

Otros Referentes:

Donde sí existen referencias en España en la formación de la disciplina del negocio digital es en el campo del PostGrado. Sin ánimo de ser exhaustivo, podemos citar:

- Master en Digital Business de ESIC. [Aquí.](#)
- Máster en Digital Business de ESADE. [Aquí.](#)
- Máster en Internet Business del ISDI. [Aquí.](#)
- Máster en Digital Business de la Universidad de LaSalle. [Aquí.](#)

En el **Libro Blanco para el diseño de las titulaciones universitarias en el marco de la economía digital**, publicado por el **Ministerio de Industria, Energía y Turismo**, dentro del programa – Agenda Digital para España – podemos encontrar en la página 74, su apartado de Conclusiones:

***“La oferta de titulaciones en el sector de la Economía Digital es aún muy insuficiente, en particular en el nivel de Grado. No es nada sorprendente por cuanto el objetivo de este Libro Blanco es precisamente marcar las directrices para que las universidades y centros educativos cubran esta carencia de títulos en un futuro próximo.*”**

Tomando como indicio la demanda de las titulaciones tradicionales más próximas a las del área de la Economía Digital, se puede aventurar que las titulaciones que ofrezcan una formación más específica en este ámbito tendrán una buena acogida en el mercado laboral. Esta hipótesis queda también reafirmada si se considera, de un lado, que todo lo relativo a la “actividad digital” ha sido un campo prioritario en las actividades de formación de las empresas y, del otro, que, pese a la atonía del mercado de trabajo en los últimos años, pueden encontrarse un buen número de ofertas con perfiles concretos relacionados con el negocio digital.”

Para concluir el epígrafe de “Interés Académico” nos gustaría resaltar la posible continuidad de estudios a través de programas master de un egresado en el Grado en Dirección y Gestión de Empresas en el Ámbito Digital.

La actual oferta de los diferentes programas Master que se ofertan en las principales Universidades españolas y que podrían complementar los estudios de los egresados, sin ánimo de ser exhaustivo, sino más bien descriptivo de la diferente oferta a la que podría optar, podríamos citar:

- Si decide continuar con su formación en el ámbito digital:
 - o Master Universitario en Creación y Gestión de Contenidos Digitales (Universidad Loyola Andalucía)
 - o Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital (Universidad de Málaga)
 - o Máster Universitario en Creación de Empresas Audiovisuales y convergencia Digital (Universidad de Lleida)
 - o Máster Universitario en Información Digital (Universidad Pompeu Fabra)
 - o Máster Universitario en Comunicación Móvil y Contenidos Digitales (Universidad de Murcia)
 - o Máster Universitario en Comunicación y Sociedad Digital

(Universidad Deusto)

- Máster Universitario en Marketing Digital y Comercio Electrónico (UNIR)
 - Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Comunicación Empresarial en Internet (Universidad Católica San Antonio)
 - Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías (Universidad Rey Juan Carlos)
 - Máster Universitario en Sistemas de Información Digital (Universidad de Salamanca)
 - Máster Universitario en Medios en Red y Ciencia de la Web (Universidad de Alcalá)
 - Máster Universitario en Comercio Electrónico (Universidad Complutense de Madrid)
 - Etc.
- Si decide especializarse en otros ámbitos, no necesariamente el digital, pero si en la rama de Dirección y Gestión de Empresas:
- Máster Universitario en Dirección y Gestión Contable y Financiera (Universidad de Santiago de Compostela)
 - Máster Universitario en Prevención de Riesgos Laborales (Universidad Europea de Madrid)
 - Máster Universitario en Dirección y Gestión de Recursos Humanos (Universidad de Murcia)
 - Máster Universitario en Emprendimiento e Innovación Social (Universidad a Distancia de Madrid)
 - Máster Universitario en Análisis Económico y Empresarial (Universidad de Málaga)
 - Máster Universitario en Relaciones Internacionales (IE Universidad)
 - Máster Universitario en Responsabilidad Social Corporativa (UOC)
 - Máster Universitario de Creación y Gestión de Empresas en un entorno global (Universidad Ramón Llull)
 - Máster Universitario en Marketing y Comunicación de Moda (UNIR)
 - Máster en Dirección de Recursos Humanos (Universidad de La Laguna)
 - Máster Universitario en Dirección y Gestión Hotelera (Universidad de Cantabria)
 - Etc.

2.1.2 Interés científico

Un título de estas características tiene en la actualidad un claro interés científico.

Muestra de ellos son las numerosas referencias que podemos encontrar en las principales revistas indexadas sobre la actividad investigadora, que tiene como objetivo profundizar en los diferentes bloques de conocimiento que agrupan los

negocios digitales.

Dada su extensión, casi 50 páginas, remitimos al **ANEXO 2 Actividad de investigación de la comunidad científica** donde podemos encontrar más de 500 referencias sobre la actividad de la comunidad científica, en el campo de los negocios digitales.

2.1.3 Interés Profesional

La titulación propuesta tiene una clara vocación a la empleabilidad, y está enfocada a ofrecer al mercado laboral profesionales con la formación necesaria para dar respuesta a las necesidades actuales de las empresas españolas.

El grado propuesto se focaliza en cuatro variables de alto valor en la empleabilidad:

- **Internacionalización.** Los estudios propuestos permitirán a los graduados enfrentarse a la internacionalización de sus empresas, apoyándose en internet. Como vimos al inicio del capítulo, más del 50% del volumen de comercio electrónico realizado por las empresas españolas, se hace fuera de nuestras fronteras.
- **Emprendimiento.** La formación en la Gestión de Empresas en el Ámbito Digital está enfocada a la generación de modelos de negocio en internet, con una alta vocación a la creación y desarrollo de "star ups".
- **Competitividad.** La digitalización de los procesos de la cadena de valor de las compañías permitirá aumentar su competitividad en un mercado globalizado, tal y como afirma ADigital en su estudio "Sobre la Transformación Digital y su impacto socioeconómico".
<https://www.adigital.org/media/claves-tranformacion-digital.pdf>

Este impulso de la competitividad a través de ámbito digital queda patente si analizamos las iniciativas que muchos gobiernos están poniendo en marcha para el desarrollo del "Digital Business" como factor para el aumento de la competitividad y empleabilidad. Como el caso del Gobierno de Australia en

su

web:

- **Innovación.** La innovación es un factor fundamental para la supervivencia empresarial, como muestra el estudio realizado por el Observatorio de Tendencias Digitales del Instituto para el Desarrollo de Internet ISDI , donde encontramos entre sus conclusiones, que el 75% de las mayores 500 empresas del año 2020, no existen aún. Innovación, orientación global que trascienda a la pura venta, enfoque móvil y disrupción son las cualidades esenciales que tendrán los proyectos que encabezarán ese ranking.
<http://www.isdi.es/laboratorio/observatorio-2014>

Existen **tres vectores de empleabilidad** para el egresado:

- **Empresas nativas de la economía digital.** Empresas nacidas en el seno de la nueva economía, donde su modelo de negocio se basa en los principios de la misma, tales como Amazon, Google, Facebook, etc.
- **La transformación digital** que están experimentando muchas empresas, en las que están cambiando tanto organigramas como procesos, para aprovechar las ventajas competitivas que genera el

ámbito digital. Un ejemplo de este proceso sería el BBVA.

- **Empresas convencionales** en las que parte de su negocio se desarrolla en el entorno digital. Un ejemplo podría ser La Casa del Libro, con su tienda on-line.

En el apartado "C", al inicio de este capítulo 2, en páginas anteriores, ya se ha desarrollado el aspecto de la empleabilidad del título con referencias a estudios y publicaciones, tanto a nivel estatal como europeo, donde recordamos los siguientes puntos:

c) Existe una demanda creciente de perfiles con conocimientos en el ámbito digital, por lo que la empleabilidad está asegurada.

c.1 Perfil con alta demanda y empleabilidad.

c.2 Demanda y Empleabilidad en Europa.

c.3 No sólo enfocado a la gran empresa, sino también a la PYME.

Así mismo, hemos podido constatar de primera mano el interés de algunas de las principales **empresas españolas**, como representación de todo el tejido empresarial nacional, en el desarrollo de este nuevo grado.

Adjuntamos a continuación una muestra de 21 cartas recibidas como apoyo de esta iniciativa (ver **ANEXO 3 Cartas de Apoyo**):

- **ADCONION**, a través de su Presidente Juan Manuel Rodrigo.
- **ADIGITAL. Asociación Española de la Economía Digital**, a través de su Presidenta Elena Gómez.
- **AVIVA**, a través de su Consejero Delegado Ignacio Izquierdo.
- **BT**, a través de su CEO Luis Álvarez.
- **BUSINESS INNOVATION**. Programa de Entrepreneurship Digital vinculado al **MIT de Boston**, a través de su Socio Director, José Vicente Pons.
- **CAMPOFRIO**, a través de su Chief HR&Legal Officer Remedios Orrantia.
- **DAEMON QUEST /DELOITTE**, a través de su Socio Director Juan José Peso-Viñals.
- **EVERIS**, a través del Presidente del Consejo de Administración Fernando Francés.
- **FEDMA, Federation of European Direct and Interactive Marketing**, a través de su Chairman Michael Muth.
- **IBM**, a través de su Presidenta Marta Martínez.
- **IFEMA**, a través del Presidente de la Junta Rectora José María Álvarez del Manzano.
- **INCUBE**, a través de su Presidente Juan Pablo Giménez.
- **MICROSOFT**, a través de su Presidenta María Garaña.
- **OGYLVÍ**, a través de su Consejero Delegado Borja Puig de la Bellacasa.
- **ONO**, a través de su Consejera Delegada Rosalía Portela.
- **ORANGE**, a través de su Director de Grandes Empresas Gabriel Cerrada.
- **OSBORNE**, a través de su Consejero Delegado Ignacio Osborne.
- **PWC**, a través de su Directora de Capital Humano Aránzazu Torres.
- **REXEL**, a través de su Presidente Gonzalo Errejón.
- **SIEMENS**, a través de su Presidenta Rosa María García.

- **TOYS R US**, a través del Presidente del Consejo de Administración Antonio Urcelay.

Estas 21 empresas son una muestra representativa de los diferentes sectores de nuestra economía. Encontramos empresas del **ámbito tecnológico** como son IBM, BT, MICROSOFT, ONO, REXEL, ORANGE o SIEMENS, del **sector de la consultoría** como EVERIS, DAEMON QUEST/DELOITTE o PWC, sin olvidar sectores como la **industria de la alimentación**, como es el caso de CAMPOFRIO, **sector juguetero** como TOYS R US, así como **empresas públicas** como IFEMA, o el **sector asegurador** con AVIVA.

Hemos querido también añadir las dos principales **asociaciones de ámbito nacional e internacional** que trabajan en el desarrollo de la Economía Digital; ADIGITAL y FEDMA, así como **empresas 100% de la Economía Digital** como son ADCONION, OGILVY, INCUBE o BUSINESS INNOVATION.

Para terminar esta argumentación sobre empleabilidad, nos gustaría mencionar que en el *Libro Blanco para el diseño de las titulaciones universitarias en el marco de la economía digital*, dedica su apartado 4.3.1 a los "Perfiles profesionales de administración y dirección de empresas digitales". (página 126)

Este apartado detalla 18 perfiles. Algunos de ellos son;

- Chief Digital Officer
- Fundador de Startup
- Analista de Activos Digitales
- Diseñador de Crowdfunding
- Director de Desarrollo de Negocio Digital
- Responsable de eCommerce

El grado propuesto habilita a sus egresados para el ejercicio profesional en estos perfiles de "futura demanda" en la economía digital.

Podemos concluir por tanto que se trata de un grado necesario y oportuno.

Necesario ya que:

- La formación en el ámbito digital requiere de formación específica y competencias específicas (Agenda Digital de España y Europa, ADigital y Libro Blanco para el diseño de titulaciones universitarias en el ámbito de la economía digital)
- Es un grado con grandes expectativas de desarrollo profesional y de empleabilidad.

Oportuno, puesto que:

- No existen en España grados de ámbito digital en el área de Dirección y Gestión de Empresas
 - o Mientras que ya existen referentes europeos e internacionales de *Bachelor in Digital Business Management*
 - o Si existen grados de ámbito digital en otras áreas empresariales como el Marketing y la Comunicación

- Supondría colocar a España a la cabeza de la innovación en el sur de Europa en materia de formación universitaria en Dirección y Gestión Empresarial en el ámbito digital.
- Cuenta con el aval académico (autores Libro Blanco, ADigital.) y empresarial (21 cartas de apoyo) necesarios.

2.2. Descripción de los procedimientos de consulta internos utilizados para la elaboración del plan de estudios

En la elaboración de este Plan de Estudios por ESIC Business and Marketing School y la Universidad Rey Juan Carlos, se han tenido en cuenta, además del procedimiento general establecido por la normativa aplicable, los criterios generales aprobados por el Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos el 17 de octubre de 2007, que establecen:

- Respecto del art. 12.6: "Si se programan prácticas externas, éstas tendrán una duración máxima de 60 créditos y deberán ofrecerse preferentemente en la segunda mitad del plan de estudios":
 - Establecer 24 créditos de prácticas externas, que se realizarán en organismos, instituciones, empresas públicas o privadas, con una duración mínima de 450 horas de presencia efectiva durante la práctica. Para su realización se suscribirán los correspondientes convenios con las instituciones receptoras, que estarán obligadas a contar con un tutor externo que informará de la realización de las prácticas externas, y la Universidad establecerá tutores académicos para hacer un seguimiento de cada estudiante.
- En relación con el art. 12.5 del Real Decreto ("El Título deberá contener un mínimo de 60 créditos de formación básica, de los que al menos 36 deberán estar vinculados a las materias que figuran en el Anexo 3, y el resto de los créditos deberán estar configurados por materias básicas, siempre que se justifique su carácter básico para la formación inicial del estudiante o de disciplina transversal a varias ramas"):
 - Establecer en la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas 36 créditos de conocimiento transferibles para las siguientes materias: Empresa, Economía, Derecho, Comunicación, Historia y Sociología.
 - Establecer 24 créditos comunes a toda la Universidad, hasta completar los 60 créditos de formación transferible (estas asignaturas son consideradas obligatorias en el plan de estudios), conforme a la siguiente distribución:
 - a. Los estudiantes deberán cursar en la Universidad Rey Juan Carlos 6 créditos de los idiomas inglés, francés o alemán, para obtener un certificado conforme a los estándares oficiales internacionales establecidos para cada uno de dichos idiomas. El estudiante tendrá derecho a dos convocatorias de examen por curso para la obtención del certificado correspondiente, y a un número de horas de clases preparatorias que se fijará en su momento. Se establecerá, asimismo, la equiparación que corresponda entre los resultados del examen y las calificaciones universitarias.
 - b. Todas las Titulaciones contarán con una asignatura de carácter transversal, de 6 créditos, sobre deontología profesional, igualdad y principios jurídicos básicos, que tendrá carácter específico para cada Titulación.

c. En consonancia con el interés especial que la Universidad Rey Juan Carlos ha manifestado desde su fundación por proporcionar una dimensión humanística a la formación de sus estudiantes, se propone el establecimiento en todas las Titulaciones de una materia de 6 créditos vinculada a las Humanidades.

d. Se establecerá una materia de 6 créditos para conocimientos en informática y comunicaciones, referidos a las necesidades propias de cada Titulación.

Por parte de ESIC se encargó de la coordinación para la elaboración del Plan de Estudios al Vicedecanato de Grado y al Departamento de Dirección de Empresas, quienes actuaron de forma muy coordinada con los Departamentos de Dirección de Marketing, Comunicación, Finanzas y Publicidad, fundamentalmente. A su vez, la Universidad Rey Juan Carlos dispuso que, por su parte, los Departamentos de Economía de la Empresa, en primer lugar y Economía de la Empresa (ADO), Economía Aplicada II y Fundamentos del Análisis Económico, en segundo lugar, fueran los interlocutores básicos de ESIC.

El Vicedecanato de Grado de ESIC, y el Departamento de Dirección de Empresas, han mantenido conversaciones con diversas Instituciones docentes, como por ejemplo con El Instituto de la Economía Digital de ESIC/ICEMD (www.icemd.com), quién ha liderado en España la formación en materias relacionadas con la Economía Digital durante los últimos 20 años.

Paralelamente se han analizado múltiples planes de estudio de universidades extranjeras que aparecen citadas en el **ANEXO 1**.

También se ha requerido la participación y consulta de las 21 empresas señaladas en el **ANEXO 3**, con las que se ha compartido el Plan de Estudios. Se han mantenido reuniones de trabajo con las mismas, en las que se ha recibido referencias que hemos tenido en cuenta para la adecuación final del Grado propuesto.

La opinión de las mismas, tal y como se desprende de las cartas de apoyo al título, es totalmente favorable al grado propuesto.

A la vez, y para la primera presentación del Título, se mantuvieron reuniones de trabajo específicas en el Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos de la Universidad Rey Juan Carlos con el Vicedecano de Grado y la Dirección del Departamento de Dirección de Empresas, inicialmente los días **21 de octubre de 2013 así como el 9 y 19 de Diciembre de 2013**. Posteriormente, el **27 de mayo de 2014** se entregó toda la documentación de la propuesta inicial, que fue analizada junto con la Vicerrectora de Docencia, Ordenación Académica y Títulos, autorizándose en dicha reunión la presentación de la memoria del Grado en Dirección y Gestión de Empresas y Mercados Digitales, a la Secretaría General de Universidades del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, en su Dirección General de Política Universitaria, Subdirección General de Coordinación Académica y Régimen Jurídico.

Con fecha **25 de Septiembre de 2014** se recibe el primer Informe Provisional de ANECA para el Grado en Dirección y Gestión de Empresas y Mercados Digitales, para el que se elabora en el plazo reglamentario, el correspondiente Informe de Alegaciones. Finalmente, con fecha **13 de Enero de 2015**, se recibe el Informe No Favorable al Título inicialmente presentado.

El **9 de Febrero de 2015**, se produce una reunión entre la Dirección General de ESIC y el Rectorado de la Universidad, en la que se decide reenfocar el Título, teniendo en cuenta las observaciones reflejadas en el citado Informe de ANECA. A su vez, se

decide que el Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos de la Universidad Rey Juan Carlos y el Vicedecano de Grado de ESIC soliciten una entrevista con ANECA al objeto de contrastar el nuevo enfoque del Título de Dirección y Gestión de Empresas en el Ámbito Digital.

Tal reunión se celebra el **6 de Marzo de 2015**, asistiendo a la misma por parte de ANECA el Coordinador de Enseñanzas e Instituciones y la Gestora de Grado y Máster, y por parte de la Universidad Rey Juan Carlos, la Vicerrectora de Docencia, Ordenación Académica y Títulos y por ESIC, el Vicedecano de Grado y el Director Adjunto al Director General.

Con posterioridad, se celebraron reuniones de trabajo entre la Universidad y ESIC en las que se fue configurando el Título que ahora se presenta. Posteriormente, el **7 de Julio de 2015** se entregó la nueva documentación que fue analizada junto con la Vicerrectora de Docencia, Ordenación Académica y Títulos, autorizándose en dicha reunión la presentación de la Memoria del Grado en Dirección y Gestión de Empresas en el Ámbito Digital a la Secretaría General de Universidades.

Aval de Grupo Académico Solvente:

El grado propuesto cuenta además con el respaldo y aval de 2 de los 5 autores que han desarrollado el **Libro Blanco para el diseño de las titulaciones universitarias en el marco de la economía digital**, para la Disciplina de ADE (Grupo de Estrategia y Gestión de Negocio) – Ver ANEXO 4 -

- Conrado Castillo
- Ignacio Somalo

El grado cuenta con el respaldo de ADigital (Asociación para la Economía Digital), tal y como podemos ver en la carta firmada por su presidenta Elena Gómez. ADigital es asesor habitual para el Ministerio de Educación en materias de Economía Digital. – Ver ANEXO 3 Cartas de Apoyo -

2.3 Diferenciación de títulos dentro de la misma Universidad

El Plan de Estudios (que se detalla en el epígrafe 5. Planificación de las enseñanzas) del Grado que se propone en este documento, mantiene la diferenciación del Título requerida de 90 ECTS (correspondientes a 18 asignaturas) de ámbito digital, tal y como se muestre en el siguiente cuadro

ÁMBITO DIGITAL					
DIRECCIÓN		GESTIÓN (AREAS FUNCIONALES)		ECONOMÍA DIGITAL	
	CRÉDITOS		CRÉDITOS		CRÉDITOS
		COMERCIAL			
Historia de la Empresa y de la Economía Digital	6	Dirección Comercial en entornos digitales	6	El Ecosistema Digital	6
		MARKETING			

Gestión de Proyectos Digitales	4,5	Estrategias de Marketing Digital	4,5	La Sociedad Digital	6
Modelos de Negocio en la Economía Digital	4,5	Investigación de Mercados Digitales	4,5	Tecnología Operativa de la Economía Digital	4,5
Creación de Empresas en entornos digitales	4,5	Plan de Marketing Integrado	6	Gestión del cliente digital	4,5
Optativa 3/Economía Digital	4,5	Optativa 2/Marketing	4,5	Usabilidad y Arquitectura de la Información	4,5
Optativa 4/Economía Digital	4,5	OPERACIONES			
	28,5	Gestión de la Tecnología y Gobierno de las TIC	4,5	E-commerce	6
			30		31,5

NOTA: Podrían agregarse al Ámbito Digital, al menos el 50% de la asignaturas de Dirección de RRHH (4,5 ECTS) y de la Optativa 1/Empresa de 4,5 créditos ECTS.

En todo caso, el Grado sigue siendo de Dirección y Gestión de Empresas, tal y como queda reflejado en el documento de contestación a las alegaciones para la "Evaluación de la Solicitud de Verificación de Plan de Estudios Oficial" recibidas el 1 de febrero, contando con 114 créditos ECTS de esta disciplina, tal y como queda reflejado en el cuadro adjunto.

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS					
DIRECCIÓN		GESTIÓN (ÁREAS FUNCIONALES)		OTRAS BÁSICAS DE EMPRESA	
CRÉDITOS		CRÉDITOS		CRÉDITOS	
FINANCIERA					
Introducción a la Empresa	6	Sistemas de Información Contable	6	Informática Aplicada a la Empresa	6
Microeconomía	6	Contabilidad Analítica	4,5	Matemáticas Empresariales	6
Derecho Mercantil	6	Análisis Económico Financiero	4,5	Deontología Profesional y Principios Jurídicos Básicos	6
Organización de Empresas	4,5	Gestión Financiera	6	Idiomas (Inglés)	6
Ética empresarial	6	OPERACIONES		Estadística	4,5

			empresaria I	
Macroeconomía	4,5	Dirección de Operaciones	6	28,5
Dirección Estratégica	6	SISTEMAS		
Optativa 1/Empresa	4,5	Sistemas Informativos de Gestión	4,5	
	43,5	COMERCIAL/MARKETING/COMUNICACIÓN		
		Introducción a la Comunicación y el Marketing	6	
		RECURSOS HUMANOS		
		Dirección de RRHH	4,5	
			42	

A continuación se detallan las asignaturas optativas propuestas:

Asignaturas optativas por materias

MATERIA	ASIGNATURA	TIPO	SEMESTRE	CRÉDITOS
Empresa	El ámbito digital y la internacionalización de la Empresa	OP	7	4,5
	RSC en entornos digitales	OP	7	4,5
	Estrategias B2B en negocios digitales	OP	7	4,5
Dirección de Marketing	Métricas y Analíticas en Marketing Digital / Digital Marketing Metrics&Analytics	OP	7	4,5
	Gestión y Dirección de Centros de Atención al Cliente /Contact Center Management	OP	7	4,5
	Gestión de la experiencia de cliente en entornos digitales /Customer Experience Management en entornos digitales	OP	7	4,5
Economía Digital	Cuestiones jurídicas en entornos digitales	OP	7	4,5
	Soluciones de financiación para emprendedores digitales	OP	7	4,5
	Creatividad digital	OP	7	4,5
	Producción Digital Avanzada	OP	7	4,5
	Diseño Avanzado de Interfaces de usuario	OP	7	4,5
	Tendencias en Negocios Digitales	OP	7	4,5

2.4 Referentes externos a la universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales o internacionales para títulos de similares características académicas

Como se ha indicado anteriormente, se ha realizado un proceso de consulta a las principales compañías de la economía digital sobre la adecuación de la propuesta de Grado, así como su plan de estudios. **El resultado de esta consulta es absolutamente favorable y todas las empresas han mostrado su apoyo y aval. Prueba de ello son las cartas que se muestran en el ANEXO 3.**

Así mismo se **ha estudiado la actual oferta formativa de las universidades extranjeras** que ofrecen grados similares, detallado en el **ANEXO 1.**

Además, **el programa ha sido revisado y refrendado por dos de los autores del Libro Blanco para el diseño de las titulaciones universitarias en el marco de la economía digital**, Grupo Estrategia y Gestión de Negocio, del Ministerio de Industria, Energía y Turismo:

- **Ignacio Somalo Serna:** Lonesome Digital S.L.
- **Conrado Castillo Serna:** ROOTER.

En el **ANEXO 4** mostramos sus cartas de apoyo.