

Altres disposicions

Decret 439/2025, del 3-12-2025, pel qual s'aprova el pla d'estudis del màster en administració d'empreses (MBA) de la UNIPRO Universitat Digital Europea.

Exposició de motius

La Llei 14/2018, del 21 de juny, de l'ensenyament superior preveu que els plans d'estudis de les titulacions estatals siguin elaborats per les institucions d'ensenyament superior i aprovats pel Govern, amb l'acreditació prèvia de l'Agència de Qualitat de l'Ensenyament Superior d'Andorra (AQUA).

Vist que la Llei 7/2023, del 19 de gener, de text consolidat de creació del Marc andorrà de qualificacions estableix un marc de vuit nivells;

Vist el Decret del 28-3-2012 pel qual s'estableix el títol estatal de màster en administració d'empreses (MBA);

Vista l'acreditació favorable del pla d'estudis del màster en administració d'empreses (MBA) emesa per l'Agència de Qualitat de l'Ensenyament Superior d'Andorra;

Vista la proposta de creació del pla d'estudis del títol estatal de màster en administració d'empreses (MBA) presentada per la UNIPRO Universitat Digital Europea al Ministeri de Relacions Institucionals, Educació i Universitats;

D'acord amb aquestes consideracions, el Govern, en la sessió del 3 de desembre del 2025, a proposta del ministre de Relacions Institucionals, Educació i Universitats, i amb l'objectiu de donar validesa acadèmica al pla d'estudis presentat, aprova aquest Decret amb el contingut següent:

Article 1. Pla d'estudis

1. El pla d'estudis té una càrrega de treball de 120 crèdits europeus o crèdits ECTS (Sistema europeu de transferència de crèdits).
2. La durada dels estudis és de dos cursos acadèmics a temps complet, dividits en quatre semestres. Cada semestre té 30 ECTS. Aquests estudis també es poden cursar a temps parcial, adequant-ne la durada.
3. Els 120 crèdits europeus del pla d'estudis es reparteixen en 20 unitats d'ensenyament de 6 ECTS cadascuna, incloent-hi el treball final de màster.
4. La titulació s'imparteix en la modalitat no presencial.
5. S'imparteixen 96 ECTS en llengua espanyola, 18 ECTS en llengua anglesa i 6 ECTS en llengua espanyola o catalana.

Article 2. Requisits d'accés

Per accedir a aquest màster cal complir les condicions que estableix el Decret del 17-6-2020 pel qual s'aprova el Reglament de l'accés als nivells de l'ensenyament superior estatal.

Article 3. Competències transversals i específiques

Els estudiants han de desenvolupar les competències transversals i específiques següents:

a) Competències transversals:

CT1. Capacitat per comunicar-se de manera efectiva tant oralment com per escrit respecte de qüestions complexes tant amb públics especialistes com no.

CT2. Capacitat per identificar, analitzar de forma crítica i resoldre problemes, i per adaptar-se a situacions noves o complexes.

CT3. Ser capaç d'utilitzar, innovar i aplicar les tecnologies de la informació.

CT4. Ser capaç de treballar tant de forma autònoma com en equips multidisciplinaris i en contextos internacionals.

CT5. Capacitat per cercar, discriminar, organitzar i utilitzar informació en un entorn professional especialitzat.

CT6. Capacitat per prendre decisions i aplicar els coneixements d'acord amb valors ètics i les pràctiques socialment responsables, i dins del marc legal.

CT7. Saber planificar i organitzar les pròpies necessitats d'aprenentatge de manera autodirigida i autònoma.

b) Competències específiques:

CE1. Comprendre i ser capaç d'aplicar coneixements especialitzats en la direcció d'empreses i les seves àrees funcionals (finances, màrqueting, vendes, operacions, etc.).

CE2. Desenvolupar i promoure el pensament estratègic, i integrar-lo en totes les àrees i els àmbits de negoci de l'empresa.

CE3. Habilitats de lideratge i de gestió de persones, de conflictes i del canvi.

CE4. Habilitats d'organització, de planificació i control, i d'avaluació de riscos des d'una perspectiva local, internacional i global.

CE5. Capacitat de dissenyar i implementar estratègies organitzatives que persegueixin la innovació, la qualitat, la millora contínua i l'excel·lència empresarial.

CE6. Comprendre el caràcter estratègic de la recerca, la innovació i la tecnologia en el camp empresarial, i desenvolupar la capacitat per usar-les com a instruments de direcció eficaços.

CE7. Capacitat d'iniciativa i esperit emprenedor per generar noves idees, models de negoci, empreses, productes i serveis, processos, solucions innovadores, etc.

Article 4. Perfil professional

Les persones titulades tenen les competències professionals per exercir responsabilitats directives i de gestió en àrees funcionals tradicionals (finances, màrqueting, vendes, operacions, recursos humans, etc.), en organitzacions matricials o en projectes de qualsevol sector industrial, en l'Administració pública o en empreses consultores, entre d'altres, i per a la creació d'empreses.

Article 5. Estructura del pla d'estudis

1. El pla d'estudis està format per les unitats d'ensenyament següents:

Primer curs

Semestre	Unitats d'ensenyament	Tipus	Crèdits ECTS
1	Entorn econòmic global	Obligatòria	6
1	Direcció estratègica	Obligatòria	6
1	Control de gestió i pressupostari	Obligatòria	6
1	Direcció de màrqueting	Obligatòria	6
1	Direcció d'operacions i logística	Obligatòria	6
2	Finances corporatives	Obligatòria	6
2	Gestió estratègica de recursos humans	Obligatòria	6
2	Business information system	Obligatòria	6
2	Gestió i direcció estratègica de la comunicació	Obligatòria	6
2	Responsabilitat social corporativa	Obligatòria	6
Total			60

Segon curs

Semestre	Unitats d'ensenyament	Tipus	Crèdits ECTS
3	Habilitats directives i gestió del canvi	Obligatòria	6
3	Direcció de la innovació	Obligatòria	6
3	<i>Artificial intelligence and digital transformation</i>	Obligatòria	6
3	Màrqueting digital	Obligatòria	6
3	Anàlisi i negociació en mercats internacionals	Obligatòria	6
4	Intel·ligència artificial generativa en negocis	Obligatòria	6
4	<i>Advanced customer analytics</i>	Obligatòria	6
4	Cultura organitzacional i comunicació interna	Obligatòria	6
4	Sistemes de gestió econòmica des de la perspectiva de la sostenibilitat	Obligatòria	6
4	Treball de final de màster	Obligatòria	6
Total			60

1. Condicions per matricular-se a les unitats d'ensenyament:

- Els estudiants poden seguir els estudis a temps parcial o bé a temps complet, en funció del nombre de crèdits de què es matriculin per curs acadèmic.
- Els estudiants a temps complet s'han de matricular de 60 crèdits.
- Els estudiants a temps parcial són els que es matriculen de 48 crèdits o menys. En tot cas, la matrícula es fa per un mínim de 22 crèdits, llevat dels casos de finalització d'estudis.
- En casos excepcionals es pot presentar una sol·licitud de matrícula de més crèdits, que valora l'òrgan competent de la institució d'ensenyament superior.

Article 6. Resultats d'aprenentatge

- Els resultats d'aprenentatge són les fites que l'estudiant ha d'assolir al final de cada unitat d'ensenyament i sobre les quals recau la qualificació.
- Els resultats d'aprenentatge d'aquest pla d'estudis figuren a l'annex.

Article 7. Avaluació i règim de permanència

1. Avaluació

- L'avaluació recau sobre els resultats d'aprenentatge i es trasllada a les unitats d'ensenyament i a les competències. Per qualificar els resultats d'aprenentatge s'utilitza una escala numèrica de 0 a 10, inclouent-hi com a màxim un decimal.
- Les unitats d'ensenyament s'avaluen mitjançant una prova de validació i una avaluació contínua.
 - L'avaluació contínua representa el 100% de la nota i s'aplica per mitjà de diversos mecanismes durant la impartició de la unitat d'ensenyament, i inclou la realització de treballs, projectes i/o casos (60%-80%) i activitats d'autoavaluació (20%-40%).
 - Es pot optar també a una avaluació extraordinària, la qual representa el 100% de la nota i inclou la realització de treballs, projectes i/o casos (80%) i activitats d'autoavaluació (20%).
 - La prova de validació determina la nota obtinguda a l'avaluació contínua mitjançant un resultat d'"apte" o "no apte". Té un caràcter bàsic i serveix per verificar que l'estudiant ha estat la persona que ha fet els exercicis autocorregibles de l'avaluació contínua. La prova es fa de manera virtual al final de la unitat d'ensenyament.
- El treball final de màster s'avalua mitjançant la defensa oral del projecte davant d'una comissió d'avaluació escollida pel centre de la manera següent:
 - Avaluació de l'estructura: atendre l'estructura i l'organització del TFM: 20%.
 - Avaluació de l'exposició: valorar la claredat en l'exposició, així com la redacció i la capacitat de síntesi, anàlisi i resposta: 30%.
 - Avaluació del contingut: es pren com a referència la memòria del treball i tota la resta de documentació tècnica de suport per comprovar la validesa de l'exposició. Es valora la capacitat de síntesi i la fàcil lectura. També es valora la correcció i la claredat de l'expressió, tant escrita com gràfica: 50%.

2. Règim de permanència

- L'alumnat amb dedicació a temps complet disposa d'un dret de permanència i de finalització ordinària dels ensenyaments de màster de cinc cursos acadèmics.
- L'alumnat amb dedicació a temps parcial disposa d'un dret de permanència i de finalització ordinària dels ensenyaments de màster de set cursos acadèmics.
- Els estudiants disposen de dos convocatòries anuals per poder superar una unitat d'ensenyament: una d'ordinària, en les setmanes immediatament següents a la impartició de la unitat d'ensenyament, i una d'extraordinària, abans de la fi del curs acadèmic. Els estudiants que exhaureixin les quatre convocatòries per poder superar una unitat d'ensenyament poden demanar al rector una autorització de permanència dins del termini establert al calendari acadèmic del centre. Acceptada l'autorització de permanència, els estudiants disposen de fins a una convocatòria addicional per poder superar la unitat d'ensenyament.

Article 8. *Requisits per obtenir el títol*

L'obtenció d'aquest títol requereix:

- Haver superat tots els crèdits del pla d'estudis que estableix aquest Decret.
- Haver pagat els drets d'expedició del títol corresponent.

Disposició addicional

El pla d'estudis complet, l'acreditació de l'Agència de Qualitat de l'Ensenyament Superior d'Andorra i els informes que regulen l'ordenament jurídic es publiquen als llocs web del ministeri responsable de l'ensenyament superior i de la UNIPRO Universitat Digital Europea.

Disposició final

Aquest Decret entrarà en vigor l'endemà de ser publicat al *Butlletí Oficial del Principat d'Andorra*.

Cosa que es fa pública per a coneixement general.

Andorra la Vella, 3 de desembre del 2025

Xavier Espot Zamora
Cap de Govern

Annex. Resultats d'aprenentatge de les competències específiques de les unitats d'ensenyament

Entorn econòmic global	- Analitzar l'impacte de les tendències econòmiques globals en la formulació d'estratègies empresarials. - Avaluat els riscos i les oportunitats associats amb la globalització en els mercats internacionals. - Aplicar coneixements d'economia internacional per prendre decisions informades en contextos globals. - Interpretar indicadors macroeconòmics per identificar tendències i riscos en un context global. - Comparar estructures econòmiques i comercials entre països i regions, detectant avantatges competitiu i vulnerabilitats. - Dissenyar una anàlisi de conjuntura econòmica, integrant variables macroeconòmiques, geopolítiques i tecnològiques. - Comunicar amb eficàcia informes econòmics adaptats a diferents públics professionals.
Direcció estratègica	- Dissenyar estratègies organitzacionals alineades amb els objectius a llarg termini. - Avaluat la posició competitiva de l'empresa utilitzant eines d'anàlisi estratègica. - Implementar estratègies corporatives considerant l'entorn intern i extern. - Interpretar panells de dades multidisciplinàries per a la presa de decisions a llarg termini. - Analitzar les diferents variables macroeconòmiques en contextos d'incertesa. - Liderar equips multidisciplinaris en processos de planificació, implementació i execució de decisions estratègiques. - Integrar la intel·ligència artificial en la formulació i la presa de decisions estratègiques. - Desenvolupar la visió empresarial orientada al llarg termini i en entorns hiperdinàmics.

Control de gestió i pressupostari	- Dissenyar sistemes de control de gestió que permetin mesurar i millorar l'acompliment organitzacional. - Elaborar pressupostos alineats amb els objectius estratègics financers de l'empresa. - Analitzar desviacions pressupostàries i proposar accions correctives eficaces, garantint l'eficiència econòmica. - Interpretar el resultat economico-financer d'una empresa, avaluant-ne la rendibilitat i la sostenibilitat. - Escollir des d'una perspectiva economico-financera les decisions a curt, mitjà i llarg termini basades en criteris econòmics i estratègics. - Calcular ràtios economico-financeres útils per a la presa de decisions empresarials. - Dirigir processos de control pressupostari des d'una perspectiva ètica i responsable.
Direcció de màrqueting	- Desenvolupar estratègies de màrqueting que optimitzin la proposta de valor de l'empresa en entorns globals i canviants. - Implementar plans de màrqueting integrats basats en l'anàlisi del mercat, les tendències de consum i les dades obtingudes de sistemes d'informació. - Analitzar l'efectivitat de les campanyes de màrqueting mitjançant mètriques clau i indicadors de rendiment. - Dissenyar campanyes de màrqueting alineades amb els objectius estratègics de l'organització i orientades a la conversió de clients. - Avaluar l'impacte de les accions de màrqueting sobre la percepció de marca, la fidelització i els resultats comercials. - Coordinar la col·laboració amb altres departaments per garantir la coherència i l'eficàcia de les accions de màrqueting. - Comunicar de manera efectiva el valor del producte o servei a través de diferents canals i formats de màrqueting.
Direcció d'operacions i logística	- Dissenyar cadenes de subministrament eficients i sostenibles. - Optimitzar processos operatius mitjançant la identificació i l'eliminació d'ineficiències amb els principis de <i>Lean Management</i>. - Integrar tecnologies digitals en la gestió logística, millorant la competitivitat i la presa de decisions. - Quantificar l'optimització dels processos logístics mitjançant indicadors clau de rendiment i eines d'anàlisi. - Interpretar els resultats d'una anàlisi exhaustiva del departament d'operacions. - Gestionar les interrelacions entre departaments garantint la coherència i l'eficiència del sistema operatiu. - Aplicar la intel·ligència artificial en la presa de decisions en matèria d'operacions i logística, anticipant la demanda i optimitzant recursos.
Finances corporatives	- Aplicar tècniques avançades d'anàlisi financera, avaluant la viabilitat d'inversions i projectes en entorns incerts. - Dissenyar estratègies de finançament que minimitzin riscos i maximitzin el valor empresarial. - Analitzar estructures de capital i el seu impacte en la rendibilitat i sostenibilitat de l'empresa. - Calcular ràtios economico-financeres útils per a la presa de decisions empresarials. - Diagnosticar la situació econòmica i financera de l'empresa a partir de dades internes i de l'entorn. - Dissenyar estratègies empresarials complexes a partir de coneixements econòmics i financers, analitzant situacions reals. - Analitzar les implicacions ètiques des de la perspectiva empresarial i de sostenibilitat en la presa de decisions econòmiques i financeres.
Gestió estratègica de recursos humans	- Dissenyar polítiques de gestió del talent orientades al desenvolupament professional, la retenció i la creació d'organitzacions d'alt rendiment. - Implementar estratègies de canvi organitzacional des de la perspectiva dels recursos humans, tenint en compte la cultura corporativa i la resistència al canvi. - Avaluar l'impacte de les pràctiques de recursos humans en l'acompliment organitzacional i en la satisfacció dels empleats. - Analitzar les implicacions ètiques i de responsabilitat social en la presa de decisions relacionades amb la gestió de recursos humans. - Comunicar de manera efectiva les decisions en matèria de personal, adaptant el missatge als diferents públics interns. - Fomentar la visió estratègica dels recursos humans com a factor clau de competitivitat i diferenciació empresarial. - Integrar la gestió emocional i l'experiència de l'empleat en la direcció de persones per millorar el clima laboral i la vinculació.

Business information system	- Avaluar sistemes d'informació i intel·ligència empresarial per optimitzar processos i millorar la presa de decisions estratègiques. - Aplicar eines tecnològiques per transformar dades en informació rellevant per a la gestió organitzacional. - Integrar solucions digitals dins l'ecosistema empresarial, potenciant l'eficiència, la competitivitat i la innovació. - Analitzar informació significativa a partir de les fonts de dades internes i externes de l'empresa, utilitzant tècniques d'anàlisi avançada. - Identificar les fonts d'informació clau dins l'organització en el si de l'empresa.
Gestió i direcció estratègica de la comunicació	- Elaborar estratègies de comunicació interna i externa alineades amb els objectius estratègics de l'organització. - Gestionar situacions de crisi comunicativa mitjançant l'aplicació de protocols i eines per protegir la reputació corporativa. - Implementar plans de comunicació estratègica adaptats als contextos multiculturals i digitals. - Coordinar un gabinet de crisi, donant resposta a situacions comunicatives d'alt impacte. - Aplicar estratègies de comunicació de crisi per minimitzar riscos reputacionals en l'entorn empresarial. - Analitzar les relacions entre departaments, garantint la coherència i fluidesa en la comunicació interna. - Interpretar les necessitats comunicatives dels diferents departaments per adaptar els missatges estratègics.
Responsabilitat social corporativa	- Dissenyar estratègies d'RSC que alineïn els objectius empresarials amb els valors socials i ambientals. - Avaluar l'impacte de les activitats corporatives sobre els grups d'interès, utilitzant indicadors de sostenibilitat i eines d'informe. - Implementar pràctiques sostenibles que reforcin la relació amb la comunitat i contribueixin al desenvolupament local. - Identificar els principis ètics i els valors de la responsabilitat social corporativa dins de la cultura empresarial. - Promoure un enfocament transversal de la responsabilitat social en tots els departaments de l'organització. - Implementar processos de presa de decisions basats en la responsabilitat social corporativa i en la planificació estratègica. - Analitzar els mecanismes de transparència i rendició de comptes en l'àmbit empresarial i institucional, incloent-hi el tercer sector.
Habilitats directives i gestió del canvi	- Desenvolupar competències i habilitats de lideratge per dirigir equips en entorns dinàmics i multiculturals. - Gestionar processos de canvi organitzacional identificant resistències i aplicant estratègies d'adaptació. - Aplicar tècniques de negociació i resolució de conflictes en situacions empresarials complexes. - Afavorir la comunicació interdepartamental, millorant la coordinació i la presa de decisions. - Analitzar les problemàtiques internes de cada departament i les seves possibles solucions efectives. - Dissenyar programes de promoció del talent, fomentant el desenvolupament professional dins l'organització. - Implementar sistemes d'incentius efectius per a la consecució dels objectius estratègics de l'empresa. - Promoure una cultura organitzativa basada en el diàleg i el consens, afavorint la cohesió i la motivació dels equips.
Direcció de la innovació	- Dissenyar estratègies d'innovació aplicables a productes, processos i models de negoci, millorant la competitivitat empresarial. - Gestionar projectes d'innovació des de la generació d'idees fins a la implementació d'aquestes idees. - Avaluar l'impacte de les innovacions en els resultats i la sostenibilitat de l'empresa. - Analitzar la importància de la innovació en el context empresarial actual i la seva relació amb la transformació organitzativa. - Integrar la intel·ligència artificial en la gestió de la innovació, potenciant l'eficiència i la capacitat d'adaptació. - Implementar iniciatives innovadores alineades amb els principis de responsabilitat social corporativa. - Dirigir equips d'innovació multidisciplinari fomentant la creativitat, la col·laboració i l'esperit emprenedor. - Elaborar un pla estratègic d'innovació que integri models, eines i indicadors per executar-lo i fer-ne el seguiment.

Artificial intelligence and digital transformation	- Aplicar eines d'intel·ligència artificial per optimitzar processos empresarials i millorar l'eficiència operativa. - Dissenyar estratègies de transformació digital alineades amb la visió i els objectius estratègics de l'organització. - Avaluar l'impacte de les tecnologies emergents com la IA en la sostenibilitat i escalabilitat i competitivitat del negoci. - Analitzar l'ús de la intel·ligència artificial en el context empresarial, identificant riscos i implicacions socials per assegurar-se una aplicació ètica i responsable. - Promoure una cultura digital transversal que afavoreixi l'adopció tecnològica en tots els departaments de l'empresa. - Optimitzar els processos de producció i de gestió mitjançant la integració de solucions amb intel·ligència artificial. - Incorporar la intel·ligència artificial en la presa de decisions estratègiques de l'empresa per generar avantatges competitius sostenibles.
Màrqueting digital	- Dissenyar campanyes digitals basades en l'anàlisi de comportament dels consumidors i l'ús d'eines digitals avançades. - Implementar estratègies de publicitat en línia adaptades a diferents canals digitals, tenint en compte les característiques del públic objectiu. - Utilitzar mètriques i eines d'anàlisi web per optimitzar la presència digital i millorar el retorn de la inversió. - Dissenyar un pla de màrqueting, integrant els marcs internacionals de sostenibilitat i la responsabilitat social corporativa. - Interpretar les demandes i els comportaments dels usuaris en xarxes socials, adaptant les estratègies de comunicació digital. - Gestionar campanyes publicitàries en entorns digitals, incloent-hi màrqueting electrònic. - Comunicar de manera eficaç la proposta de valor i la identitat de marca a través de canals digitals. - Aplicar mètodes de col·laboració entre departaments per garantir una estratègia de màrqueting digital integrada i coherent amb els objectius empresarials.
Anàlisi i negociació en mercats internacionals	- Avaluar oportunitats i riscos en mercats internacionals, tenint en compte el marc institucional i les dinàmiques globals. - Dissenyar estratègies de negociació internacional adaptades a contextos culturals diversos i a les particularitats dels mercats emergents. - Implementar plans d'expansió internacional alineats amb els objectius estratègics de l'organització i les condicions del mercat global. - Analitzar el macroentorn i el microentorn empresarial, identificant factors clau que afecten el comerç i la inversió internacional. - Reconèixer la diversitat cultural dels mercats internacionals i el seu impacte en la comunicació i la presa de decisions empresarials. - Descriure el funcionament dels mercats de divises i el seu paper en les operacions comercials internacionals. - Aplicar tècniques de resolució de conflictes en contextos de comerç internacional, considerant aspectes legals i interculturals.
Intel·ligència artificial generativa en negocis	- Aplicar models d'IA generativa per resoldre problemes empresarials complexos i optimitzar processos. - Implementar accions amb tecnologies generatives en entorns empresarials, valorant-ne l'impacte ètic, social i organitzacional. - Dissenyar solucions innovadores utilitzant eines d'IA generativa per a la creació de productes, serveis o continguts. - Integrar la intel·ligència artificial generativa en el desenvolupament i l'evolució del model de negoci per generar avantatges competitius. - Impulsar una cultura digital orientada a la innovació i a l'adopció responsable de tecnologies emergents dins l'empresa. - Valorar les tendències emergents en IA generativa i el seu potencial disruptiu en diferents sectors industrials.

Advanced customer analytics	- Dissenyar estratègies de personalització basades en l'anàlisi avançada del comportament i les necessitats dels clients. - Utilitzar eines d'anàlisi predictiva, anticipant patrons de consum, i millorar l'eficiència de les accions de màrqueting. - Avaluar el retorn de la inversió de les campanyes centrades en el client mitjançant mètriques rellevants. - Integrar la intel·ligència artificial en el disseny d'experiències personalitzades per al client en entorns digitals. - Aplicar mètriques i indicadors clau per al càlcul de l'índex de rendiment en màrqueting i vendes. - Interpretar dades procedents de diferents departaments de l'empresa per prendre decisions coordinades i orientades al client. - Analitzar dades mitjançant gràfics i eines de representació per facilitar la comprensió i la comunicació dels resultats.
Cultura organitzacional i comunicació interna	- Dissenyar estratègies de comunicació interna orientades a enfortir la cultura organitzacional i la cohesió dels equips. - Gestionar la comunicació interna per fomentar el compromís, la participació activa i la satisfacció dels treballadors. - Avaluar l'impacte de les accions culturals i comunicatives en la productivitat, el clima laboral i la retenció del talent. - Fomentar una cultura de comunicació interna basada en el respecte, la inclusió i la diversitat, com a eix estratègic de cohesió i desenvolupament organitzacional. - Implementar sistemes de mesura i mètriques per valorar la satisfacció dels empleats i la qualitat de la comunicació interna. - Aplicar tècniques de lideratge i gestió del canvi per millorar la relació entre comandaments intermedis i equips de treball. - Diagnosticar les necessitats comunicatives de l'organització mitjançant l'auditoria de comunicació interna i l'anàlisi dels canals utilitzats.
Sistemes de gestió econòmica des de la perspectiva de la sostenibilitat	- Dissenyar sistemes de gestió econòmica orientats a la sostenibilitat a llarg termini, integrant criteris ambientals, socials i econòmics. - Avaluar l'impacte de les decisions financeres en el medi ambient i la societat, en el marc de la responsabilitat social corporativa. - Implementar pràctiques sostenibles en la gestió de recursos empresarials, tenint en compte l'eficiència, l'ètica i la creació de valor compartit. - Integrar la intel·ligència artificial en els processos de presa de decisions econòmiques per tal de millorar la sostenibilitat i competitivitat empresarial. - Interpretar resultats economico-financers des d'una perspectiva sostenible, identificant riscos i oportunitats per a l'empresa. - Gestionar recursos econòmics de l'empresa, tenint en compte els marcs internacionals de sostenibilitat. - Analitzar el macroentorn i el microentorn empresarial des de la perspectiva de la sostenibilitat, orientant l'estratègia corporativa. - Estructurar les línies d'acció de l'empresa en funció dels marcs internacionals de sostenibilitat, promovent un impacte global positiu.
Treball de final de màster	- Desenvolupar un projecte aplicat que resolgui un problema empresarial específic. - Integrar de manera efectiva coneixements, eines i metodologies adquirides al llarg del programa per formular solucions innovadores. - Defensar els resultats del projecte de forma estructurada, clara i persuasiva. - Sintetitzar la informació rellevant de diferents fonts amb coherència, precisió i sentit crític, per fomentar les decisions estratègiques del projecte. - Representar dades i resultats mitjançant l'ús de suport visual com gràfics, taules i figures. - Redactar un informe final amb claredat i ordre, segons els estàndards acadèmics i professionals. - Interrelacionar les diferents àrees funcionals de l'empresa per oferir una visió global i transversal del projecte. - Desenvolupar una visió estratègica en l'anàlisi i la formulació de propostes, alineant-les amb els objectius de negoci i l'entorn competitiu.