

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

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

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE	CENTRO	CÓDIGO CENTRO	
Universidad de Lleida	Facultad de Derecho, Economía y Turismo	25005296	
NIVEL	DENOMINACIÓN CORTA		
Máster	Mercado Digital: Estrategias Jurídicas y Económicas		
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Mercado Digital: Estrategias Jurídicas y Económicas por la Universidad de Lleida			
RAMA DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO		
Ciencias Sociales y Jurídicas	No		
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS	NORMA HABILITACIÓN		
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
Francisco Garcia Pascual	Vicerrector de Docencia		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF			
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
Francisco Garcia Pascual	Vicerrector de Docencia		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF			
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
Francisco Garcia Pascual	Vicerrector de Docencia		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF			
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
Pl. Victor Siurana, 1	25003	Lleida	973703199
E-MAIL	PROVINCIA		FAX
ees@vd.udl.cat	Lleida		973702002



### 3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

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

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

	En: Lleida, AM 17 de abril de 2018
	Firma: Representante legal de la Universidad



## 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

### 1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Mercado Digital: Estrategias Jurídicas y Económicas por la Universidad de Lleida	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>				
No existen datos				
<b>RAMA</b>		<b>ISCED 1</b>	<b>ISCED 2</b>	
Ciencias Sociales y Jurídicas		Derecho	Economía	
<b>NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA</b>				
<b>AGENCIA EVALUADORA</b>				
Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya				
<b>UNIVERSIDAD SOLICITANTE</b>				
Universidad de Lleida				
<b>LISTADO DE UNIVERSIDADES</b>				
<b>CÓDIGO</b>		<b>UNIVERSIDAD</b>		
044		Universidad de Lleida		
<b>LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS</b>				
<b>CÓDIGO</b>		<b>UNIVERSIDAD</b>		
No existen datos				
<b>LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>				
No existen datos				

### 1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60		0
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
0	54	6
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS	
No existen datos		

### 1.3. Universidad de Lleida

#### 1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

<b>LISTADO DE CENTROS</b>	
CÓDIGO	CENTRO
25005296	Facultad de Derecho, Economía y Turismo

#### 1.3.2. Facultad de Derecho, Economía y Turismo

##### 1.3.2.1. Datos asociados al centro

<b>TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO</b>		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	A DISTANCIA
No	No	Sí
<b>PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS</b>		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	
20	20	
<b>TIEMPO COMPLETO</b>		



	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
<b>PRIMER AÑO</b>	60.0	82.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	24.0	82.0
<b>TIEMPO PARCIAL</b>		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
<b>PRIMER AÑO</b>	12.0	42.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	12.0	42.0
<b>NORMAS DE PERMANENCIA</b>		
<a href="http://www.udl.es/export/sites/universitat-lleida/ca/udl/norma/.galleries/docs/Ordenacio_academica/Normativa-de-Permanencia-de-la-Universidad-de-Lleida-Estudios-de-Grado-y-Master.pdf">http://www.udl.es/export/sites/universitat-lleida/ca/udl/norma/.galleries/docs/Ordenacio_academica/Normativa-de-Permanencia-de-la-Universidad-de-Lleida-Estudios-de-Grado-y-Master.pdf</a>		
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



## 2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

### 3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
<b>BÁSICAS</b>
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
<b>GENERALES</b>
CG1 - Colaborar y cooperar en equipos interdisciplinarios y en equipos multiculturales, y de contribuir a un proyecto común.
CG2 - Anticipar y evaluar las consecuencias jurídicas y económicas de las estrategias diseñada
CG3 - Analizar de manera crítica el entorno cultural, social y político a partir de un corpus o del saber disciplinario
CG4 - Utilizar los métodos de investigación en ciencias jurídicas, humanas y sociales
CG5 - Aplicar técnicas instrumentales en el análisis y solución de problemas empresariales y en la toma de decisiones.
<b>3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES</b>
No existen datos
<b>3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
CE1 - Identificar y aplicar las fuentes legales y jurisprudenciales para la adecuada protección del consumidor en las transacciones comerciales realizadas en un entorno virtual.
CE2 - Diseñar y evaluar estrategias de actuación en el campo tributario para un asesoramiento fiscal óptimo en un entorno complejo, cambiante y global
CE3 - Caracterizar y optimizar el proceso de toma de decisiones del consumidor en el mercado digital
CE4 - Predecir y evaluar nuevos ámbitos de desarrollo del comercio digital y de la economía colaborativa
CE5 - Reconocer y valorar las características y perspectivas macroeconómicas relacionadas con el comercio digital
CE6 - Implementar recursos web para su utilización estratégica en el mercado digital
CE7 - Discriminar y evaluar los diferentes tipos de plataformas y negocios digitales.
CE8 - Identificar, planificar y gestionar el impacto de los cambios tecnológicos en la constitución y funcionamiento de una sociedad
CE9 - Aplicar conceptos de la microeconomía para el análisis y valoración de áreas regulatorias vinculadas a los desafíos de la economía digital
CE10 - Crear y dirigir una empresa atendiendo y respondiendo a los cambios del entorno en que opera.

### 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

#### 4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

#### 4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

**Vías de Acceso y Criterios de Admisión:**

Para establecer las condiciones de acceso y criterios de admisión al master se ha tenido en cuenta la norma establecida en el artículo 16 y 17 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010:

**Artículo 16.**

**Acceso a las enseñanzas oficiales de Máster.**



1. Para acceder a las enseñanzas oficiales de Máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior perteneciente a otro Estado integrante del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el mismo para el acceso a enseñanzas de Máster.

2. Así mismo, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de Máster.

#### Artículo 17.

##### Admisión a las enseñanzas oficiales de Máster.

1. Los estudiantes podrán ser admitidos a un Máster conforme a los requisitos específicos y criterios de valoración de méritos que, en su caso, sean propios del título de Máster Universitario o establezca la universidad.

2. La Universidad incluirá los procedimientos y requisitos de admisión en el plan de estudios, entre los que podrán figurar complementos formativos en algunas disciplinas, en función de la formación previa acreditada por el estudiante. Dichos complementos formativos podrán formar parte del Máster siempre que el número total de créditos a cursar no supere los 120.

En todo caso, formen o no parte del Máster, los créditos correspondientes a los complementos formativos tendrán, a efectos de precios públicos y de concesión de becas y ayudas al estudio la consideración de créditos de nivel de Máster.

3. Estos sistemas y procedimientos deberán incluir, en el caso de estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad, los servicios de apoyo y asesoramiento adecuados, que evaluarán la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos.

4. La admisión no implicará, en ningún caso, modificación alguna de los efectos académicos y, en su caso, profesionales que correspondan al título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar enseñanzas de Máster.

##### Criterios de admisión

El proceso de selección de las personas tituladas para su admisión en el **Máster Universitario Mercado digital: estrategias jurídicas y económicas** se llevará a cabo con arreglo a los siguientes criterios:

Las personas solicitantes deben estar en posesión de una Licenciatura o Grado en Derecho o en Administración y Dirección de Empresas (ADE). En el caso de que el número de solicitantes que estén en posesión de dichas titulaciones fuese superior al número de plazas ofertadas, en el proceso de selección se valorarán los siguientes aspectos (por lo que será necesario aportar un currículum vitae):

1. Expediente académico (hasta 4 puntos):

- 2. Aprobado .....1
- 3. Notable .....2
- 4. Sobresaliente .....3
- 5. Matrícula de Honor .....4

1. Estar en posesión de otras titulaciones: diplomatura, licenciatura, grado, máster oficial, doctorado, prestando especial atención a la obtención de conocimientos referentes al denominado Derecho de la Empresa y el Derecho Informático así como conocimientos relativos a la metodología Análisis Económico del Derecho: de 0 a 1,5 puntos.

2. Experiencia laboral en el ámbito de la consultoría/asesoría jurídica y/o económica en aspectos tecnológicos y de la sociedad de la información en función del tiempo trabajado y del tema de estudio. De 0 a 1 punto

3. Otros méritos:

- conocimientos acreditados de idiomas: de 0 a 1 punto
- publicaciones: de 0 a 0,5 puntos
- colaboración docente: de 0 a 0,5 puntos

4. Entrevista personal en el que el candidato o candidata tengan la ocasión de argumentar su motivación o interés para especializarse en aspectos relativos a los retos jurídicos y económicos del mercado digital: de 0 a 0,5 puntos

Si dos o más solicitantes obtuviesen idéntica puntuación y sólo restase una plaza, se efectuará una prueba de acceso consistente en cuestiones generales del ordenamiento jurídico español así como en la resolución de un caso práctico y su exposición oral. Será seleccionado/a el/la alumno/a que obtenga la mejor puntuación, que resultará de la media aritmética de la obtenida en cada una de las pruebas.

Para el caso de estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad, el sistema y procedimiento de admisión incluirá los servicios de apoyo y asesoramiento adecuados, que evaluarán la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos

##### Órgano de admisión

La admisión la resuelve el decanato o la dirección del centro.

#### 4.3 APOYO A ESTUDIANTES

##### a) Específicos de la titulación

Se dedicará una parte de la primera sesión presencial a la acogida al alumnado donde se explicará el funcionamiento del máster, las herramientas de comunicación e interacción y el funcionamiento del Campus Virtual. Recuérdese que esta sesión presencial se emitirá por videoconferencia a través del propio campus virtual, de modo que no es imprescindible la presencia física en el aula. Por otra parte, la Universidad de Lleida tiene a disposición del alumnado un videotutorial (tanto en catalán como en castellano) que explica con imágenes y comentarios cómo se utilizan cada una de las herramientas del campus virtual: bajada y subida de recursos, descarga y envío de actividades, interacción por el chat, participación en los foros, envío y recepción de mensajes, consulta de calificaciones, etc. Cada docente del máster facilitará al alumnado un día y una hora semanal o quincenal en el que estará disponible virtualmente (mediante las herramientas de chat o videoconferencia del campus virtual de la Universidad de Lleida). Asimismo abrirá foros de consulta de dudas y de intercambio de materiales, que serán espacios de interacción profesorado-alumnado, pero también espacios de aprendizaje colaborativo guiado por el profesorado. El campus virtual posee también una herramienta de mensajería que permite el contacto personal



y colectivo. También se asignará a cada estudiante un tutor o tutora para desarrollar el trabajo de final de máster. A la vez, el máster ofrecerá un servicio de atención periódica al alumnado.

**b)Generales de la UdL**

Unidad Responsable	Sistemas y programas de apoyo y orientación
--------------------	---



<p>Servicio de información y atención universitaria - SIAU</p>	<p><b>La finalidad de esta unidad administrativa es canalizar la información, asesorar y orientar al estudiantado. (<a href="http://www.udl.cat/serveis/seu.html">http://www.udl.cat/serveis/seu.html</a>)</b></p> <p><b>PROGRAMAS Y SERVICIOS ESPECÍFICOS PARA EL ESTUDIANTADO: 1- Programa Néstor.</b> Orientación y tutoría universitaria. El objetivo de este programa es dar apoyo al estudiante en su proceso de formación integral durante los años de estancia en la UdL. Se fundamenta en la orientación personal, académica y profesional, para así, poder tomar decisiones fundamentadas durante el proceso de formación. Las actividades básicas son: 1.1. Jornadas de Acogida (descritas en el punto 4.1), 1.2. Tutorías entre alumno y tutor-profesor y 1.3. Talleres de formación transversal. Este programa está coordinado por profesores/as de los centros universitarios específicos, siendo los encargados de dinamizar el proceso de tutorización y orientación. El eje principal del programa son las tutorías de apoyo y seguimiento de los estudiantes. (<a href="http://www.udl.cat/organs/vicerectors/vest/ProgramaNestor.html">http://www.udl.cat/organs/vicerectors/vest/ProgramaNestor.html</a>) <b>2- Carnet UdL.</b> Tarjeta inteligente, con banda magnética, chip y otros elementos que permiten prestaciones de servicios internos y externos a la UdL, además de identificarlo como miembro de la UdL. <b>3- Programa UdLxTothom</b> (Universidad para todos). La UdL ha optado por un modelo de atención personalizada a las personas con discapacidad, desarrollando diferentes acciones para promover una universidad sin barreras y hacer posible la prestación de apoyos técnicos y personales a los estudiantes que lo necesiten. Este servicio gestiona y aglutina servicios y recursos, recibe las demandas de atención, detecta necesidades y desarrolla acciones, en colaboración con los centros y los diferentes servicios de la UdL. Como marco la UdL cuenta con un <i>Pla d'Inclusió de les Persones amb Diversitat Funcional</i> (Plan de Inclusión a las Personas con Diversidad Funcional). <b>4- Servicio de Atención Psicológica</b> que tiene como finalidad la ayuda a los estudiantes que necesiten algún tipo de apoyo de carácter psicopedagógico, psicológico o emocional. <b>5- La cesión de bicicletas a los estudiantes UdL</b> como medio de movilidad sostenible en la ciudad de Lleida. <b>BEQUES Y AYUDAS: 1- Becas de colaboración UdL.</b> La normativa vigente permite una política de ayudas y becas que posibilite la formación integral del estudiantado con la realización de actividades de carácter práctico, y además de proporcionar ayuda económica. Habitualmente se realizan dos convocatorias. Existen dos tipos de becas de colaboración:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Becas en servicios y unidades de la UdL: tienen carácter general y son convocadas regularmente.</li> <li>2. Becas de colaboración de carácter específico: se desarrollan en centros, unidades o grupos para una labor concreta, a partir de la propuesta de las mismas.</li> </ol> <p><b>2- Becas de introducción a la investigación.</b> La UdL es consciente de la importancia de fomentar la investigación en los estudiantes, ya en los estudios. Estas becas suponen un primer contacto o introducción en esta actividad, en el marco de las líneas de investigación del profesorado y investigadores de los departamentos de la UdL. Las becas se convocan desde el Vicerrectorado de Estudiantes con el patrocinio del Consejo Social. <b>3- Ayudas de viaje para estudiantes de programas de movilidad académica internacional propia de la UdL.</b> Este programa tiene como objetivo subvencionar la movilidad de los estudiantes, matriculados en titulaciones oficiales en centros propios de la UdL, que se lleve a cabo en el marco de programas de movilidad académica internacional específica de los centros u otras actividades de movilidad relacionadas con la actividad académica del estudiante. <b>4- Ayudas para estudiantes de la UdL con necesidades especiales</b> convocatoria específica del Programa UdLxTothom, citado en el apartado anterior). <b>5- Ayudas al estudio por situaciones socioeconómicas graves,</b> con el objetivo de dar respuesta a situaciones económicas graves que pueden sobrevenir a nuestros estudiantes y que podrían causar el abandono de sus estudios. <b>6- Ayudas a actividades culturales.</b> Dicha convocatoria tiene el objetivo de dar soporte a iniciativas culturales que organicen, realicen o avalen los <i>Consells de l'estudiant</i> y las asociaciones inscritas en el registro de asociaciones de la UdL. <b>7- Ayudas para la formación y acreditación de una tercera lengua:</b> destinadas a ayudar a aquellos alumnos que han mejorado su capacitación en una lengua extranjera, fuera del ámbito universitario. <b>8- Ayudas destinadas sufragar gastos de desplazamiento y residencia:</b> destinadas a aquellos estudiantes que se desplazan diariamente desde su domicilio familiar al centro de estudio y a aquellos estudiantes que se ven obligados a alojarse en residencias o pisos de estudiantes por la distancia existente entre el domicilio familiar y el centro. <b>9- Becas salario</b> que tienen como objetivo ayudar económicamente a estudiantes con calificaciones excelentes en sus estudios previos de secundaria. <b>10- Otras becas y ayudas</b> Se puede consultar en <a href="http://www.udl.cat/serveis/seu.html">http://www.udl.cat/serveis/seu.html</a> <b>ORIENTACIÓN LABORAL: - Bolsa de trabajo-portal de trabajo.</b> Tiene como finalidad fomentar e impulsar la ocupabilidad del estudiantado. Compartiendo este objetivo, la UdL forma parte de la <i>Xarxa Universitària per a l'ocupació</i> (<a href="http://www.ocupaciouniversitaria.gencat.cat">www.ocupaciouniversitaria.gencat.cat</a>). Ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de orientación laboral (grupal e individual)</li> <li>• Intermediación laboral-portal laboral-bolsa de trabajo.</li> <li>• Becas Santander CREU CEPME (prácticas curriculares y extracurriculares)</li> <li>• Actividades de formación para mejorar su ocupabilidad durante todo el curso académico y cuyo punto final es la UdL.Treball , feria de la ocupación que pone en contacto empresas, estudiantes y graduados, y la jornadas de orientación en los centros respectivos.</li> </ul> <p>La web del SIAU también tiene un apartado específico donde se publican las ofertas que dirigen las empresas a la universidad (<a href="http://www.udl.cat/ca/serveis/seu/borsa/">http://www.udl.cat/ca/serveis/seu/borsa/</a>)</p>
<p><b>Oficina de Relaciones Internacionales- ORI</b></p>	<p>Gestiona el proceso de acogida a todos los estudiantes internacionales, dándoles el apoyo y asesoramiento necesario en su nueva etapa académica, resolviendo todos los aspectos prácticos, funcionales y de integración que puedan surgir. Organizan actividades culturales e informan de aquellos servicios que dispone la universidad y que a la resta de estudiantes se les da conocimiento en la Jornada de acogida. Des de l'ORI se fomenta la movilidad de la comunidad universitaria de la UdL con otras universidades y se promueve la acogida e integración a la UdL de estudiantes procedentes de otras instituciones del mundo. (<a href="http://www.udl.cat/ca/serveis/ori/">http://www.udl.cat/ca/serveis/ori/</a>)</p>
<p><b>Oficina de Gestión de Prácticas Externas</b></p>	<p>Las prácticas académicas externas (PAE) son una actividad docente regulada y oficial que tiene como función fundamental contribuir a la formación integral del estudiante. La Oficina de Gestión de Prácticas Externas da el soporte logístico general a todos los centros, al profesorado implicado y, entre otras funciones, centraliza todos los convenios de cooperación educativa, tanto de las prácticas curriculares como de las prácticas extracurriculares de la Universidad de Lleida. El estudiante posee un perfil que le permite acceder a la plataforma de gestión de las prácticas externas, informándose de cualquier novedad o cuestión relacionada con sus prácticas. (<a href="http://www.udl.cat/organs/vicerectors/vde/practicasacademicas/">http://www.udl.cat/organs/vicerectors/vde/practicasacademicas/</a>)</p>
<p><b>Instituto de Lenguas</b></p>	<p>Organiza cursos y pruebas para que el estudiante pueda compatibilizar con sus estudios universitarios la acreditación de una 3ª lengua. Así mismo, informa de programas, propios y de otras entidades públicas, existentes para la acreditación de una 3ª lengua. (<a href="http://www.udl.cat/ca/serveis/il/">http://www.udl.cat/ca/serveis/il/</a>)</p>
<p><b>Sede electrónica UdL</b></p>	<p>El estudiante tiene un perfil de acceso a la Sede electrónica que le permite realizar online diferentes trámites administrativos, como pueden ser: solicitud de títulos, certificaciones académicas, permanencias, recibir notificaciones, etc. Están disponibles los compromisos de los servicios más relevantes de la UdL. El estu-</p>





	diante puede localizar la información de manera rápida puesto que se ha realizado un acceso directo al catálogo de aquellos compromisos de servicios que le puedan afectar y a los formularios de solicitudes. ( <a href="https://seuelectronica.udl.cat">https://seuelectronica.udl.cat</a> )
<i>Oficina de Desarrollo y Cooperación- ODEC</i>	La universidad ha de velar por la formación integral del alumnado, por ello la UdL favorece el sentido crítico, responsable, comprometido y solidario de sus estudiantes a través de los programas, ayudas y actividades organizadas por la ODEC. ( <a href="http://www.udl.cat/ca/serveis/ODEC/">http://www.udl.cat/ca/serveis/ODEC/</a> )
<b>Cátedra de Emprendeduría</b> <b>Universitaria</b>	Ésta Cátedra, además de diferentes actividades vinculadas con la universidad, empresas y entidades territoriales, pone a disposición de los estudiantes de la UdL el conocimiento, los instrumentos y los recursos necesarios para facilitar el proceso de creación de sus proyectos empresariales. Así mismo colabora activamente a solicitud de los interesados en los Trabajos Final de Grado, TF Máster o Tesis Doctorales. ( <a href="http://www.catedraemprendedoria.udl.cat/">http://www.catedraemprendedoria.udl.cat/</a> )
<i>Servicios Culturales</i>	El estudiantado de la universidad tiene la posibilidad de participar en las actividades, cursos y talleres que se organizan y promocionan desde los Servicios Culturales de la UdL y que acercan el mundo del arte y la cultura a la comunidad universitaria. ( <a href="http://www.udl.cat/es/servicios/cultural.html">http://www.udl.cat/es/servicios/cultural.html</a> )
<i>Servicios de Deportes</i>	El servicio de Deportes de la UdL se creó con la idea de que el deporte y la actividad física tenían que formar parte de la vida académica de la Universidad. Por ello, este servicio se abre a toda la comunidad universitaria y en especial, para su todo el estudiantado. -Destaca la organización, coordinación y soporte para la participación del estudiantado en diferentes competiciones, y -El Programa de Deportistas de alto nivel. ( <a href="http://www.udl.cat/ca/serveis/esports/">http://www.udl.cat/ca/serveis/esports/</a> )

#### 4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

##### Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

##### Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

##### Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

##### Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	6

Según normativa académica de la UdL de los estudios universitarios de máster aprobada por Consejo de Gobierno y por Consejo Social.

#### **Transferencia de créditos**

La transferencia de créditos implica que en los documentos académicos acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante se incluirá la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en esta o en otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial. Estos créditos transferidos deberán hacerse constar en el suplemento europeo al título.

Para realizar esta transferencia de créditos será necesario que el o la estudiante cierre el expediente de la titulación abandonada y presente, en la Secretaría del centro donde desee matricularse, el resguardo del traslado del expediente, para que el centro de destino pueda incluir en el expediente académico del o de la estudiante los créditos obtenidos en la titulación de origen.

Estos créditos no computarán a los efectos de la obtención del título.

En el supuesto de que el o la estudiante tenga concedida la simultaneidad de estudios, no se procederá a realizar la transferencia de créditos de la titulación de origen, puesto que la razón de dicha solicitud de simultaneidad es poder cursar en su totalidad ambas enseñanzas. En caso de que el o la estudiante abandone alguna de las enseñanzas matriculadas, podrá solicitar la transferencia de créditos de los estudios abandonados siempre que efectúe el traslado de expediente.

#### **Reconocimiento de créditos**

El reconocimiento de créditos, de acuerdo con lo establecido por el artículo 6 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre (BOE de 30 de octubre de 2007), modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio (BOE de 3 de julio de 2010), y por el Real Decreto 43/2015, de 2 de febrero (BOE de 3 de febrero de 2015) es la aceptación por una universidad de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en la misma o en otra universidad, son computados en otras enseñanzas a los efectos de la obtención de un título oficial.

Estos créditos reconocidos deberán constar en el expediente del o de la estudiante y en el suplemento europeo al título con la calificación de origen.



Asimismo, podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales o en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos (títulos propios).

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

Para acreditar la experiencia laboral y profesional será necesario un informe de la empresa donde trabaja o ha trabajado. La Comisión del máster podrá solicitar más documentación si lo considera necesario antes de efectuar el reconocimiento de créditos.

En cualquier caso, no podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de grado o máster.

El número de créditos reconocidos por la experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá superar, en conjunto, el 15% del total de créditos que constituyen el plan de estudios.

El reconocimiento de estos créditos no incorpora calificación y, por lo tanto, no computará a los efectos de hacer el baremo del expediente.

#### **Solicitud de reconocimiento de créditos, plazo y documentos a presentar**

El o la estudiante que desee solicitar el reconocimiento de créditos en las enseñanzas de máster deberá indicarlo en el impreso de preinscripción y presentará la documentación que se establece en el artículo 2.2.4 de estas normas, en el plazo de preinscripción o bien en el plazo que le indique el centro si así lo juzga conveniente.

Las solicitudes de reconocimiento de créditos en las enseñanzas de máster las resolverá el decanato o la dirección del centro, a propuesta de la Comisión de Estudios del máster.

Los créditos reconocidos deberán matricularse en el período de matrícula establecido para el máster, y deberá abonarse el importe que determine el decreto de precios.

#### **Criterios para reconocer créditos en las enseñanzas de máster**

1. De acuerdo con lo establecido por la disposición adicional cuarta del Real Decreto 1393/2007, las personas en posesión de un título de licenciatura, arquitectura o ingeniería podrán obtener reconocimiento de créditos en las enseñanzas de máster teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y los conocimientos derivados de las enseñanzas cursadas y las previstas en el plan de estudios de la enseñanza de máster solicitada.

2. El porcentaje de créditos que podrá reconocerse en un máster a personas que accedan a él con título de licenciatura, arquitectura, ingeniería o un programa de doctorado será inferior al 50%. En los másteres con atribuciones profesionales reguladas y que tienen las mismas competencias profesionales que las titulaciones de segundo ciclo correspondientes extinguidas, este límite no será aplicable cuando la tabla de reconocimientos entre la titulación del segundo ciclo y el máster de un porcentaje de créditos superior, tanto si esta tabla ha sido aprobada por ANECA o AQU como por la Junta del centro.

Los créditos correspondientes al trabajo de fin de máster deberán cursarse siempre, y en ningún caso serán motivo de reconocimiento.

En ambos casos el reconocimiento se realizará tal como se establece en el apartado anterior.

3. En las enseñanzas de máster podrán reconocerse créditos superados en otros másteres oficiales universitarios.

4. Podrán reconocerse créditos por experiencia laboral y profesional acreditada y por títulos propios, de acuerdo con lo establecido en el apartado de reconocimiento de créditos de las presentes normas.

5. En las enseñanzas de máster no podrán reconocerse créditos de títulos correspondientes a diplomaturas, arquitectura técnica, ingenierías técnicas y grados.

6. El porcentaje de créditos que podrá reconocerse al estudiantado admitido a un máster con título de diplomatura, arquitectura técnica o ingeniería técnica con créditos superados en un segundo ciclo no finalizado será inferior al 50% del total de créditos del máster, y siempre que exista adecuación entre las competencias y los conocimientos de los estudios/créditos de segundo ciclo y los del máster.

Para acreditar la experiencia laboral y profesional deberá presentarse la certificación de la empresa en la que trabaja y un informe de vida laboral, expedido por la Tesorería de la Seguridad Social o un órgano competente. Los trabaja-



dores autónomos deberán presentar una fotocopia de los impuestos o la licencia fiscal en lugar de la certificación de la empresa), y un informe de la empresa.

La valoración de la experiencia laboral/profesional se efectuará con el estudio de la documentación aportada en cada caso, siempre teniendo en cuenta que los programas de las asignaturas a reconocer y las competencias adquiridas con la experiencia profesional o laboral sean considerados equivalentes.

La Comisión de Estudios de Máster de la Facultad de Derecho, Economía y Turismo (FDET) estudiará la documentación aportada por el estudiantado y valorará la posibilidad de reconocimiento siempre que de aquella resulte acreditada una experiencia suficiente en las competencias asociadas a la asignatura que solicita reconocer, de acuerdo con el tiempo trabajado y las tareas realizadas.

Se valorará la experiencia profesional en el ámbito de la consultoría/asesoría jurídica y/o económica en aspectos tecnológicos y de la sociedad de la información en función del tiempo trabajado y del tema de estudio. A título orientativo se considera que por cada año de experiencia laboral acreditado en una temática concreta (1600-2400 horas) pueden ser suficientes para convalidar 3 ECTS de la misma temática. No obstante, y debido a la dificultad de valorar la adecuación de las tareas profesionales con el temario curricular, cada caso será estudiado individualmente por la Comisión de Estudios de Máster de la FDET.

#### 4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS

Este máster no cuenta con complementos formativos.



## 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

<b>5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS</b>		
Ver Apartado 5: Anexo 1.		
<b>5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
Lección magistral		
Estudio de casos		
Lecturas		
Trabajos		
Estudio		
<b>5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Clases magistrales		
Estudio de casos		
Trabajo escrito		
Lecturas		
<b>5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
Resolución de un caso práctico		
Pruebas prácticas		
Informe tutores		
Defensa de la memoria		
<b>5.5 NIVEL 1: Obligatorio</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Economía Digital</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: El entorno económico del comercio digital</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral



DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Tras la superación de esta materia, el alumnado ha de:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar los factores que determinan el comportamiento del consumidor on-line, su perfil y características</li> <li>2. Conocer los diferentes tipos de mercado digital y los sectores en los cuales está más desarrollado</li> <li>3. Identificar los sectores con mayores oportunidades para el desarrollo del mercado digital</li> <li>4. Identificar los distintos modelos de economía colaborativa</li> <li>5. Identificar las necesidades y retos que el mercado digital requiere en el ámbito laboral</li> <li>6. Conocer el impacto del mercado digital en el ámbito de la producción, la renta y la previsión de su evolución.</li> </ol>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>En esta esta materia, que se corresponde con la asignatura <b>El entorno económico del comercio digital</b>, se contextualiza el ámbito económico del comercio digital, desde una doble perspectiva: la microeconómica y la macroeconómica. En primer lugar, se desarrolla el entorno microeconómico, en el que se estudia el comportamiento del consumidor ante este comercio digital, se analiza cuáles son los sectores económicos que han ampliado su oferta hacia la digitalización y las nuevas formas de relación entre oferta y demanda, que surgen a través de la economía colaborativa. En segundo lugar, se desarrolla el entorno macroeconómico que profundiza en la incidencia de la transformación digital en el ámbito laboral y las perspectivas macroeconómicas del mercado digital.</p> <p><u>Entorno microeconómico</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comportamiento del consumidor ante el mercado digital</li> <li>• Análisis sectorial del mercado digital</li> <li>• La economía colaborativa en la era de la digitalización</li> </ul> <p><u>Entorno macroeconómico</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El mercado de trabajo ante la digitalización</li> <li>• Perspectivas macroeconómicas del mercado digital</li> </ul>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Colaborar y cooperar en equipos interdisciplinarios y en equipos multiculturales, y de contribuir a un proyecto común.		
CG2 - Anticipar y evaluar las consecuencias jurídicas y económicas de las estrategias diseñada		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		



CE3 - Caracterizar y optimizar el proceso de toma de decisiones del consumidor en el mercado digital		
CE4 - Predecir y evaluar nuevos ámbitos de desarrollo del comercio digital y de la economía colaborativa		
CE5 - Reconocer y valorar las características y perspectivas macroeconómicas relacionadas con el comercio digital		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Lección magistral	2	0
Estudio de casos	60	0
Lecturas	88	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Clases magistrales		
Estudio de casos		
Lecturas		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Resolución de un caso práctico	0.0	50.0
Pruebas prácticas	0.0	50.0
<b>NIVEL 2: Empresa Digital</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Mercado y estrategia digital</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Tras la superación de esta materia, el alumnado ha de :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analizar y resolver cuestiones relativas a las diversas situaciones empresariales, creación, apertura a nuevos mercados, creación de nuevas líneas de negocio en el entorno de las TIC.</li> <li>2. Identificar los mercados exteriores más adecuados para una empresa e interpretar los datos obtenidos para poder establecer las estrategias (convencionales y/o digitales) de internacionalización de una empresa en el mercado elegido</li> </ol>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>La investigación de mercados internacionales se hace imprescindible para cualquier empresa, independientemente de su tamaño y de su forma de comercializar. En este contexto, la empresa tradicional y en especial la empresa digital necesita disponer de herramientas de análisis que le permitan conocer las diferencias interculturales entre países para segmentarlos, habida cuenta que sus productos van a estar disponibles para vender o para consultar en un mercado global. La mayoría de los estudios de selección y análisis de mercados utilizan el país como una unidad básica, si bien para las empresas digitales se debería completar con modelos de segmentación a nivel consumidor.</p> <p>Basándose en el análisis interno y externo de la empresa debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la empresa. Hoy en día, dentro de las estrategias básicas de crecimiento y desarrollo toda empresa debe incluirse un aspecto muy importante: el entorno digital. En dicho entorno, según Larry Downs y Chunka Mui hay que definir la estrategia digital. Llamamos así a una nueva manera de moverse en el mundo de los negocios que utilizan las tecnologías digitales. En esta asignatura estudiaremos las estrategias corporativas y competitivas y veremos si son compatibles con las estrategias digitales, donde el poder de la tecnología juega un papel esencial.</p> <p>Esto implica que es tan importante la asimilación de los conocimientos teóricos como su aplicación en la resolución de estudio de casos de empresas tanto nacionales como extranjeras. En este la resolución de casos y ejercicios son un elemento básico en el aprendizaje de estas habilidades y conocimientos puesto que es el puente necesario entre la teoría y la práctica..</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Situación mundial del comercio exterior             <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1.El comercio de bienes</li> <li>1.2.El comercio de servicios</li> </ol> </li> <li>2.Selección de mercados exteriores             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1.Proceso de selección</li> <li>2.2.Criterios de selección</li> </ol> </li> <li>3.Segmentación             <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1.Segmentación de países</li> <li>3.2.Segmentación de consumidores</li> </ol> </li> <li>4.Estudio de los mercados más adecuados             <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1.Estudio a nivel país</li> <li>4.2.Estudio a nivel consumidor</li> </ol> </li> <li>5.El concepto de estrategia empresarial y estrategia digital             <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1.El análisis externo e interno</li> </ol> </li> <li>6.Clasificación de las estrategias básicas de la empresa             <ol style="list-style-type: none"> <li>6.1.Estrategias corporativas</li> </ol> </li> </ol>		



6.2.Estrategias competitivas, de negocio o empresariales		
6.3. Estrategias funcionales.		
7.Métodos de desarrollo interno y externo		
8.Tipos de estrategias digitales		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Colaborar y cooperar en equipos interdisciplinarios y en equipos multiculturales, y de contribuir a un proyecto común.		
CG2 - Anticipar y evaluar las consecuencias jurídicas y económicas de las estrategias diseñada		
CG4 - Utilizar los métodos de investigación en ciencias jurídicas, humanas y sociales		
CG5 - Aplicar técnicas instrumentales en el análisis y solución de problemas empresariales y en la toma de decisiones.		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE3 - Caracterizar y optimizar el proceso de toma de decisiones del consumidor en el mercado digital		
CE10 - Crear y dirigir una empresa atendiendo y respondiendo a los cambios del entorno en que opera.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Lección magistral	2	0
Estudio de casos	60	0
Lecturas	88	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Clases magistrales		
Estudio de casos		
Lecturas		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Resolución de un caso práctico	0.0	50.0
Pruebas prácticas	0.0	50.0
<b>NIVEL 2: Derecho y sociedad de la información</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	24	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6	18	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>





ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Contratación en línea con consumidores</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: El empresario en el mercado digital</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No



GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Protección jurídica de los activos inmateriales de la empresa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Fiscalidad de la economía digital		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	



No	No
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	
<p>Tras la superación de esta materia, el alumnado ha de :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar las características básicas y los procedimientos a seguir en la aplicación del sistema jurídico-privado de la Unión Europea</li> <li>2. Resolver problemas reales sobre contratación en línea y habrá diseñado estrategias para proteger al consumidor y al empresario en las transacciones comerciales que se realizan en el entorno virtual.</li> <li>3. Identificar cuáles son los retos fiscales que plantea la economía digital</li> <li>4. Resolver problemas sobre la tributación de los principales ámbitos de la economía digital</li> <li>5. Describir el régimen jurídico de protección de los bienes inmateriales,</li> <li>6. Analizar las diferentes opciones para el empresario en la elección de la forma jurídica societaria y describirá los procesos telemáticos para la constitución</li> <li>7. Resolver problemas relativos a la conciliación de la normativa societaria con las opciones que ofrece el entorno digital</li> <li>8. Identificar y valorará distintas opciones de financiación empresarial alternativa (plataformas de crowdfunding, crowdlending, business angels,...)</li> </ol>	
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>	
<p><b>La materia obligatoria Derecho comprende 4 asignaturas de 6 créditos cada una:</b></p> <p><b>Asignatura: Contratación en línea con consumidores</b></p> <p>Las pymes que salen al mercado digital siguen mostrándose reacios a expandir su actividad en línea y teniendo preocupaciones a la hora de vender en línea a consumidores de otros países de la Unión Europea, las principales son las siguientes: el elevado riesgo de fraude e impago en las ventas transfronterizas, las diferentes normativas fiscales y también las notables diferencias entre el Derecho contractual nacional y el Derecho contractual europeo. En tercer lugar les preocupa la normativa de protección de los consumidores, que limite su capacidad de actuación en el mercado único digital del entorno europeo. Lo que busca la empresa es la Seguridad jurídica y un entorno favorable, por ello el Parlamento Europeo está trabajando en un Derecho contractual uniforme (Propuesta de Directiva sobre compraventa en línea de bienes, y Propuesta de Directiva sobre suministro de contenidos digitales, Reglamento Europeo de Protección de Datos, entre otras) en virtud del cual las empresas ya no tendrán que hacer frente a esta fragmentación: deberán poder suministrar contenidos digitales o vender mercancías a consumidores de todos los Estados miembros cumpliendo el mismo conjunto de normas contractuales clave.</p> <p>En esta asignatura estudiaremos el régimen jurídico que afecta a la contratación de la empresa con los consumidores, en clave europea y aunando dos ámbitos jurídicos de gran actualidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Qué pasa con los datos personales de los consumidores que acuden al comercio electrónico, qué precauciones debe tomar la empresa a la luz del nuevo Reglamento Europeo de Protección de datos que entrará en vigor en mayo de 2018, qué normas imperativas afectan a la gestión de su negocio digital</li> <li>2. Cuál es la normativa común para Europa en materia de conformidad de los productos que se comercializan en línea Derechos de los compradores, plazo de desistimiento de la compra, plazo de reclamación y remedios: resolución del contrato, reparación o sustitución del bien no conforme, rebaja del precio, e indemnización de daños y perjuicios.</li> </ol> <p>Estas cuestiones se abordarán mediante el estudio de las normas jurídicas vigentes y su aplicación a la resolución de casos reales de empresas, tanto nacionales como extranjeras.</p> <p><b>Asignatura: Fiscalidad de la Economía Digital</b></p> <p>La transformación digital ha incidido sobre los modelos tradicionales de negocio y ha hecho surgir otros nuevos, lo que, en un contexto de mercado global, supone importantes retos para los sistemas fiscales nacionales. En este sentido, se constata que los avances de las tecnologías digitales comportan una progresiva reducción de la presencia física de los negocios en las jurisdicciones fiscales en las que se lleva a cabo la venta de productos o servicios. Esta debilitación del nexo territorial plantea problemas tanto en el ámbito de la tributación directa como de la indirecta, que están siendo abordados a nivel internacional, regional y nacional. Con arreglo a lo expuesto, en esta asignatura se estudiarán los siguientes temas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Retos y tendencias de la economía digital</li> <li>2. Imposición indirecta (IVA) y la economía digital (La naturaleza de los bienes y servicios digitales. Tributación del comercio electrónico de bienes. Tributación de las prestaciones de servicios (prestaciones electrónicas y servicios digitales)</li> <li>3. Incentivos fiscales y aspectos prácticos en la imposición directa para la inversión y creación de nuevas empresas (StartUps) (Deducciones por doble imposición en el impuesto sobre sociedades. El "Patent Box". Las reservas de capitalización y nivelación Tipos impositivos (especial referencia a empresas de nueva creación) Deducciones de I+D+i Deducciones en cuota del IRPF ¿Exit-Tax¿)</li> <li>4. Fiscalidad de nuevos modelos económicos (Criptomonedas. La economía colaborativa (C2C) Las nuevas fuentes de financiación y captación de recursos financieros (crowdsourcing, crowdfunding, crowdlending, microcréditos, microdonaciones, etc.)</li> </ol> <p><b>Asignatura: Protección jurídica de los activos inmateriales de la empresa</b></p> <p>Los bienes inmateriales, tales como las marcas, las patentes y modelos de utilidad, los derechos de autor, los nombres de dominio, tienen según el profesor Jose Massaguer una especialidad en su sistema de protección jurídica que se funda en la concesión al creador del bien inmaterial de un derecho de exclusión, sea limitado o, por lo general, sólo durante cierto período de tiempo, que le permite prohibir a todos los terceros que no cuentan con su autorización la explotación y el aprovechamiento económico del correspondiente bien inmaterial Se analizará el régimen jurídico de protección de los citados bienes inmateriales, activos clave en la sociedad de la información y en la economía digital.</p> <p><b>Asignatura: El empresario en el mercado digital</b></p> <p>En un entorno cada vez más globalizado, las empresas digitales están captando una mayor cuota mercado y, las empresas tradicionales, para sobrevivir, no tienen otra opción que transformarse digitalmente y adaptarse a este nuevo modelo de negocio. Asimismo, tanto las compañías ya consolidadas como las de nueva creación tienen que cumplir con una normativa societaria específica que se ajustará, en la medida de lo posible, a la actual revolución digital. Ante este paradigma, estudiaremos el marco legal societario y cómo adaptar nuestra empresa a la economía digital. En concreto, la asignatura se estructurará en tres bloques distintos pero relacionados. En un primer bloque, analizaremos las diferentes opciones para el empresario en la elección de la forma jurídica societaria así como los procesos telemáticos para la constitución. En un segundo bloque, nos adentraremos en el funcionamiento orgánico de la empresa y cómo conciliar la normativa societaria con las opciones que ofrece el entorno digital. Por último, en un tercer bloque, desde el punto de vista de crecimiento empresarial, estudiaremos las opciones de financiación empresarial alternativa (plataformas de crowdfunding, crowdlending, business angels,¿) así como la protección del empresario con el instrumento del pacto parasocial.</p>	
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>	



5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Anticipar y evaluar las consecuencias jurídicas y económicas de las estrategias diseñada		
CG4 - Utilizar los métodos de investigación en ciencias jurídicas, humanas y sociales		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Identificar y aplicar las fuentes legales y jurisprudenciales para la adecuada protección del consumidor en las transacciones comerciales realizadas en un entorno virtual.		
CE2 - Diseñar y evaluar estrategias de actuación en el campo tributario para un asesoramiento fiscal óptimo en un entorno complejo, cambiante y global		
CE8 - Identificar, planificar y gestionar el impacto de los cambios tecnológicos en la constitución y funcionamiento de una sociedad		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lección magistral	8	0
Estudio de casos	240	0
Lecturas	352	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases magistrales		
Estudio de casos		
Lecturas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Resolución de un caso práctico	0.0	50.0
Pruebas prácticas	0.0	50.0
NIVEL 2: Tecnología y Sistemas de Información		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS



No	No	No
<b>ITALIANO</b>		
<b>OTRAS</b>		
No	No	
<b>NIVEL 3: Recursos web y tecnologías móviles</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>		
<b>OTRAS</b>		
No	No	
<b>NIVEL 3: Empresa y TIC</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>		
<b>OTRAS</b>		
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Tras la superación de esta materia, el alumnado ha de :		



1. Distinguir entre WWW e Internet
2. Explicar la evolución de la WWW desde un punto de vista tecnológico
3. Definir el SEO y ser capaz de describir que se utiliza en esta optimización
4. Identificar los algoritmos, analíticas y factores de ranking en SEO.
5. Definir el IoT
6. Explicar y distinguir entre Open Data y Big Data
7. Discernir que tipo de visualización es la adecuada para cada tipo de datos
8. Describir cuáles son los principios de diseño en la web
9. Caracterizar los diferentes modelos de negocio on-line así como el comercio electrónico asociado y los medios de pago correspondientes
10. Respeto al diseño de aplicaciones de e-commerce, describir la gestión de proyectos, así como es el comportamiento de los usuarios
11. Diferenciar entre las diferentes maneras de proteger el contenido en medios multimedia
12. Caracterizar las diferentes herramientas de productividad en e-commerce
13. Evaluar situaciones reales del márketing on-line

#### 5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia comprende dos asignaturas distintas pero complementarias entre si

##### 1º) Recursos Web y Tecnologías Móviles

Esta asignatura está pensada para dar base tecnológica al resto de asignatura y fundamentar los conocimientos tecnológicos que tienen los estudiantes acerca de la utilización de Internet y la Web. Concretamente en aspectos que están más relacionados con el marketing y el diseño, sin olvidar los datos que se generan. Con el objetivo de que los estudiantes entiendan cómo se da valor a todos aspectos y los puedan utilizar en el resto de asignaturas.

##### 2º) Empresa y TIC

El contenido de esta asignatura comprende una aproximación a: 1) Los Modelos de negocio on-line: El comercio electrónico. Medios de pago en comercio electrónico. Análisis y generación de modelos en negocios: canvas. Internacionalización. Casos de estudio en freelances, micropymes, pymes, grandes empresas. 2) Diseño de aplicaciones e-commerce: Gestión de proyectos. Interfaz de usuario y experiencia de compra. Comportamiento de usuarios Copyright y Copyleft. Herramientas de productividad en e-commerce. Seguridad 3) Tecnologías e-commerce 4) Marketing on-line

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Colaborar y cooperar en equipos interdisciplinarios y en equipos multiculturales, y de contribuir a un proyecto común.

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

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

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE6 - Implementar recursos web para su utilización estratégica en el mercado digital

CE7 - Discriminar y evaluar los diferentes tipos de plataformas y negocios digitales.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lección magistral	4	0
Estudio de casos	120	0
Lecturas	176	0

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases magistrales

Estudio de casos

Lecturas

#### 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Resolución de un caso práctico	0.0	50.0
Pruebas prácticas	0.0	50.0

#### NIVEL 2: Metodología de la Investigación de la Ciencia Jurídica

##### 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2



<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Introducción al análisis económico del Derecho de la empresa y del mercado</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Tras la superación de esta materia, el alumnado ha de :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explicar cómo interacciona el sistema jurídico con la realidad, es decir, cuál es o puede ser el impacto del Derecho sobre esta realidad y, viceversa, cómo influye ésta sobre aquél.</li> <li>2. Evaluar si una solución jurídica constituye los incentivos adecuados para que la gente se comporte de manera que se maximice, realmente, la satisfacción de ciertos fines.</li> <li>3. Aplicar e interpretar el ordenamiento jurídico vigente y precisar cuál es la solución que el mismo prescribe para un caso concreto.</li> </ol>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		



Esta materia se corresponde con la asignatura Introducción al análisis económico del Derecho de la empresa y del mercado.

El análisis económico del Derecho (en adelante, AED) se ha convertido, sin duda, en uno de los movimientos intelectuales más exitosos surgidos en el mundo jurídico académico durante las últimas décadas, aunque en las Facultades de Derecho españolas todavía tiene una fuerza muy incipiente y, desde luego, está lejos de haber alcanzado la posición prominente en la que ya está situado en países como los Estados Unidos de América. El AED consiste en estudiar -bien con una finalidad práctica, bien con una finalidad puramente cognoscitiva- las normas jurídicas aplicando los conocimientos y métodos proporcionados por la ciencia económica. El AED se ha revelado enormemente útil para: (i) conocer, explicar y predecir cómo interactúa el sistema jurídico con la realidad, esto es, cuál es o puede ser el impacto del Derecho sobre dicha realidad y, viceversa, cómo influye ésta sobre aquél; (ii) evaluar si una solución jurídica constituye los incentivos adecuados para que la gente se comporte de manera que se maximice, realmente, la satisfacción de ciertos fines; (iii) e incluso aplicar e interpretar el ordenamiento jurídico vigente y precisar cuál es la solución que el mismo prescribe para un caso concreto. Esto último, de un lado, porque hay disposiciones normativas que ordenan explícitamente que se adopte una decisión jurídica con base en un análisis económico de las consecuencias que la misma puede tener y, de otro, porque aunque no exista semejante previsión expresa, aplicar el ordenamiento jurídico vigente implica siempre ponderar los principios que le sirven de fundamento. Y, para efectuar esa ponderación, hay que llevar a cabo un análisis de los costes y beneficios, de las consecuencias negativas y positivas, que para la realización de esos principios puede suponer cada una de las interpretaciones o soluciones consideradas.

En esta materia se introducirá a los alumnos en el análisis económico del derecho y en particular en el análisis económico de contratos, propiedad y responsabilidad civil, sociedades, regulación pública de mercados digitales y la competencia en un entorno digital

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG3 - Analizar de manera crítica el entorno cultural, social y político a partir de un corpus o del saber disciplinario

CG4 - Utilizar los métodos de investigación en ciencias jurídicas, humanas y sociales

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

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

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

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE9 - Aplicar conceptos de la microeconomía para el análisis y valoración de áreas regulatorias vinculadas a los desafíos de la economía digital

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lección magistral	2	0
Estudio de casos	60	0
Lecturas	88	0

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases magistrales

Estudio de casos

Lecturas

#### 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Resolución de un caso práctico	0.0	50.0
Pruebas prácticas	0.0	50.0

### 5.5 NIVEL 1: Trabajo de Fin de Máster

#### 5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

### NIVEL 2: Trabajo de Fin de Máster

#### 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster
----------	-------------------------------





<b>ECTS NIVEL 2</b>		6
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: Trabajo de Fin de Máster</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Trabajo Fin de Grado / Máster	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Tras la superación de esta materia, el alumnado ha de:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrollar y aportar nuevas ideas en el ámbito de la empresa y los servicios del Mercado Único Digital;</li> <li>2. Aplicar los conocimientos y competencias adquiridas en el máster para resolver problemas en entornos nuevos;</li> <li>3. Comunicar sus conocimientos y las conclusiones de sus investigaciones a públicos especializados y no especializados de un modo claro;</li> <li>4. Utilizar los métodos de investigación más adecuados con el ámbito profesional o del conocimiento que haya elegido</li> </ol>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		



Esta materia desarrolla el Trabajo de Fin de Máster según establece la normativa vigente, esto es, la elaboración de un proyecto, memoria o estudio original tutorado que aplique e integre los conocimientos y competencias adquiridas en el máster. Para ello, la asignatura de análisis económico del Derecho ofrecerá una formación en métodos de investigación económico-jurídica esencial para la metodología de proyectos que se piensa utilizar en esta Materia. Ello redundará en un mejor diseño de los trabajos de final de máster y en una mejor búsqueda de fuentes primarias y secundarias, así como de selección y uso del método más adecuado para la recogida y tratamiento de los datos.

**5.5.1.4 OBSERVACIONES**

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG2 - Anticipar y evaluar las consecuencias jurídicas y económicas de las estrategias diseñada

CG3 - Analizar de manera crítica el entorno cultural, social y político a partir de un corpus o del saber disciplinario

CG4 - Utilizar los métodos de investigación en ciencias jurídicas, humanas y sociales

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

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

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

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

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

**5.5.1.5.2 TRANSVERSALES**

No existen datos

**5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS**

CE1 - Identificar y aplicar las fuentes legales y jurisprudenciales para la adecuada protección del consumidor en las transacciones comerciales realizadas en un entorno virtual.

CE2 - Diseñar y evaluar estrategias de actuación en el campo tributario para un asesoramiento fiscal óptimo en un entorno complejo, cambiante y global

CE3 - Caracterizar y optimizar el proceso de toma de decisiones del consumidor en el mercado digital

CE4 - Predecir y evaluar nuevos ámbitos de desarrollo del comercio digital y de la economía colaborativa

CE5 - Reconocer y valorar las características y perspectivas macroeconómicas relacionadas con el comercio digital

CE6 - Implementar recursos web para su utilización estratégica en el mercado digital

CE7 - Discriminar y evaluar los diferentes tipos de plataformas y negocios digitales.

CE8 - Identificar, planificar y gestionar el impacto de los cambios tecnológicos en la constitución y funcionamiento de una sociedad

CE9 - Aplicar conceptos de la microeconomía para el análisis y valoración de áreas regulatorias vinculadas a los desafíos de la economía digital

CE10 - Crear y dirigir una empresa atendiendo y respondiendo a los cambios del entorno en que opera.

**5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS**

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lecturas	30	0
Trabajos	90	0
Estudio	30	0

**5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES**

Trabajo escrito

Lecturas

**5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN**

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
-----------------------	--------------------	--------------------



Informe tutores	0.0	70.0
Defensa de la memoria	0.0	30.0



## 6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad de Lleida	Otro personal docente con contrato laboral	7.2	0	0
Universidad de Lleida	Profesor Titular	35.7	100	0
Universidad de Lleida	Profesor Agregado	21.4	100	0
Universidad de Lleida	Profesor Titular de Escuela Universitaria	14.3	100	0
Universidad de Lleida	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	21.4	0	0
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

## 7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

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

## 8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
70	15	85
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>El Consejo de Gobierno de la Universidad de Lleida (UdL) de 8 de Julio de 2004 aprobó la creación, dentro del organigrama de los Centros, de la figura de Coordinador de titulación que asume las competencias organizativas del equipo de dirección, en el ámbito de una titulación determinada. El 29 de enero de 2009, el Consejo de Gobierno aprueba la regulación de la figura de coordinador de programa formativo y la revisa el 30 de marzo de 2016.</p> <p>Las funciones del /de la Coordinador/a de programa formativo son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Velar por la aplicación del programa formativo aprobado por el Consejo de Gobierno de la UdL y por los organismos de la administración educativa.</li> <li>2. Proponer la planificación anual de la docencia en la comisión de estudios del centro, de acuerdo con el / la jefe de estudios.</li> <li>3. Coordinar al profesorado implicado en el programa formativo para conseguir el cumplimiento de los objetivos académicos previstos.</li> <li>4. Gestionar las sugerencias y las quejas de los estudiantes, y vehicularlos hacia los ámbitos y servicios pertinentes.</li> <li>5. Velar para que la página web de la titulación contenga toda la información relevante referente al programa formativo y a sus resultados, teniendo en cuenta las necesidades del sistema de garantía interna de calidad y las recomendaciones de las agencias de calidad universitarias.</li> <li>6. Elaborar el informe de seguimiento anual, incorporando la valoración de la evolución los indicadores estratégicos de la titulación, y proponer las acciones necesarias para mejorar los resultados académicos y la gestión de la titulación.</li> </ol> <p>Anualmente, el Coordinador de programa formativo elabora un informe en el que se analizan los resultados obtenidos a lo largo del curso académico. En este informe se revisan las tasas de éxito y de rendimiento, la evolución de la matrícula y la progresión de las cohortes (tasas de graduación y de abandono). Asimismo se revisan los resultados de la satisfacción de los estudiantes respecto a la actuación docente del profesorado y se plantean las propuestas de mejora que se consideran necesarias, (Procedimiento PG03 <i>Revisar y mejorar los programas formativos</i>)</p> <p>Junto con este procedimiento general para el seguimiento y valoración del progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes, con la definición de los nuevos perfiles profesionales, cada titulación establece las pruebas específicas en las que se evalúa el nivel de adquisición de las competencias y habilidades de los estudiantes.</p>		

## 9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	<a href="http://www.udl.cat/export/sites/universitat-lleida/ca/serveis/oqua/.galleries/SistemesDeQualitat/Presentacio_SGIQ_de_la_UdL_castella.pdf">http://www.udl.cat/export/sites/universitat-lleida/ca/serveis/oqua/.galleries/SistemesDeQualitat/Presentacio_SGIQ_de_la_UdL_castella.pdf</a>
--------	---



## 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2019
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
Actualmente un alumno provenientes del Máster Universitario en Ciencias Jurídicas pendientes de defensa del TFM, por tanto, no hay previsto ningún proceso de adaptación.	
10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
4313242-25005296	Máster Universitario en Ciencias Jurídicas por la Universidad de Lleida-Facultad de Derecho, Economía y Turismo