

Fecha de la modificación realizada: 17/03/2016

Titulación de Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Modificación	Curso de alta en el plan	Aprobación UAL	Aprobación MEC
	2015/2016	Consejo de Gobierno de 17/03/2016	No requiere
Descripción	Ajustar la denominación de la asignatura básica de 6 ECTS de la materia Derecho: Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102) por la denominación más genérica Introducción al Derecho. Esta asignatura es compartida y cofinanciada en los títulos de Grado en Administración y Dirección de Empresas (Plan 2010); Grado en Economía (Plan 2010); Grado en Finanzas y Contabilidad (Plan 2010); Grado en Marketing e Investigación de Mercados (Plan 2010) y Doble Grado en Derecho y en Administración y Dirección de Empresas. No altera la denominación de la materia.		
Descripción	Adecuar los contenidos de la asignatura a la nueva denominación: Constaba: La persona física y la jurídica. Derecho de Obligaciones y Contratos. Responsabilidad civil extra-contractual (derecho de daños o de accidentes). Los bienes patrimoniales y su régimen. Las fuentes del Derecho del Trabajo. Mercado de trabajo y colocación. El contrato individual de trabajo. Derecho colectivo. Constará: El ordenamiento jurídico. Las fuentes del Derecho. Principios, elementos e instituciones básicas jurídico-privadas y jurídico-públicas de la actividad económica. No altera las competencias específicas otorgadas por la asignatura ni sus resultados de aprendizaje		

IMPRESO SOLICITUD PARA MODIFICACIÓN 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 Almería	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	04008081	
NIVEL	DENOMINACIÓN CORTA		
Grado	Marketing e Investigación de Mercados		
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Almería			
RAMA DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO		
Ciencias Sociales y Jurídicas	No		
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS	NORMA HABILITACIÓN		
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
Jorge Doñate Sanz	Jefe de Negociado de Planes de Estudio		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF	18998914V		
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
Jorge Doñate Sanz	Jefe de Negociado de Planes de Estudio, por delegación de firma del Rector		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF	18998914V		
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
JERONIMO DE BURGOS JIMENEZ	Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF	27524575S		
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
Universidad de Almería, Registro; General, Ctra. de Sacramento s/n; La Cañada de San Urbano	04120	Almería	950015971
E-MAIL	PROVINCIA	FAX	
planestu@ual.es	Almería	950015439	

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: Almería, a ____ de _____ de ____

Firma: Representante legal de la Universidad

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Almería	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
LISTADO DE MENCIONES				
No existen datos				
RAMA		ISCED 1	ISCED 2	
Ciencias Sociales y Jurídicas		Marketing y publicidad		
NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA				
AGENCIA EVALUADORA				
Agencia Andaluza del Conocimiento				
UNIVERSIDAD SOLICITANTE				
Universidad de Almería				
LISTADO DE UNIVERSIDADES				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
048	Universidad de Almería			
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
No existen datos				
LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES				
No existen datos				

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	60	12
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
6	156	6
LISTADO DE MENCIONES		
MENCIÓN		CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos		

1.3. Universidad de Almería

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
04008081	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

1.3.2. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	A DISTANCIA
Sí	No	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	TERCER AÑO IMPLANTACIÓN
75	75	75
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN		
75	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA

PRIMER AÑO	60.0	78.0
RESTO DE AÑOS	36.0	78.0
TIEMPO PARCIAL		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	24.0	36.0
RESTO DE AÑOS	24.0	36.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://cms.ual.es/idc/groups/public/@academica/@titulaciones/documents/documento/nual_gr02.pdf		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
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
BÁSICAS
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
GENERALES
00 - - No hay competencias de esta tipología
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)
UAL002 - Habilidad en el uso de las TIC
UAL003 - Capacidad para resolver problemas
UAL004 - Comunicación oral y escrita en la propia lengua
UAL005 - Capacidad de crítica y autocrítica
UAL006 - Trabajo en equipo
UAL007 - Aprendizaje de una lengua extranjera
UAL008 - Compromiso ético
UAL009 - Capacidad para aprender a trabajar de forma autónoma
UAL010 - Competencia social y ciudadanía global
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
FBC01 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Historia Económica
FBC02 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Derecho
FBC03 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Dirección de Empresas
FBC04 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Matemáticas
FBC05 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Estadística
FBC06 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Economía
FBC07 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Microeconomía
FBC08 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Contabilidad
FBC09 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Finanzas
FBC10 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Marketing
FBC11 - Conocer y comprender la responsabilidad social derivada de las actuaciones económicas y empresariales
FBC12 - Adquirir habilidades y dominar herramientas informáticas aplicadas a las diferentes materias
AFB01 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Macroeconomía
AFB02 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de la Inferencia Estadística
AFB03 - Conocer y saber aplicar los conceptos básicos del Derecho Mercantil y de la Competencia

AFB04 - Adquirir y aplicar habilidades para la dirección de las organizaciones
DIC01 - Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.
DIC02 - Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico
DIC03 - Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comercialización.
DIC04 - Ser capaz de diseñar e implementar actividades relacionadas con el producto y el precio
AIM01 - Ser capaz de analizar y comprender el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.
AIM02 - Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.
AIM03 - Conocer y ser capaz de desarrollar el proceso de Investigación Comercial.
AIM04 - Conocer, relacionar y aplicar adecuadamente los conceptos propios de la metodología cualitativa a la investigación en Marketing
AIM05 - Conocer los principales indicadores y agregados económicos nacionales e internacionales
AIM06 - Conocer y ser capaz de analizar el entorno económico nacional e internacional
AIM07 - Conocer los principios y técnicas de la contabilidad necesarios para la formulación de los estados financieros, que sirvan de apoyo a la toma de decisiones comerciales, y ser capaz de elaborar éstos en casos concretos, a partir de información real o simulada
AIM08 - Conocer las técnicas y herramientas de análisis aplicables a la realidad empresarial.
CIM01 - Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.
CIM02 - Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing.
CIM03 - Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial.
CIM04 - Ser capaz de diseñar la imagen de la organización y elaborar un manual de gestión de imagen corporativa
DTC01 - Ser capaz de diseñar, poner en marcha y gestionar los canales de distribución.
DCT02 - Ser capaz de identificar los problemas relacionados con la gestión de los canales de distribución y de las organizaciones que conforman el sistema comercial.
DCT03 - Ser capaz de gestionar la función de ventas en las organizaciones.
DCT04 - Conocer las formas y tipos de gestión comercial del comercio minorista
DCT05 - Ser capaz de diseñar sistemas de logística integral
MAS01 - Ser capaz de analizar, evaluar y caracterizar los distintos tipos de mercados de la organización.
MAS02 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.
OEM01 - Comprender los límites, las dinámicas del mercado y la organización interna de las organizaciones.
OEM02 - Conocer y ser capaz de analizar los procesos de dirección de empresas.
OEM03 - Capacidad para diseñar y gestionar políticas de recursos humanos aplicadas a la fuerza de ventas
MEC01 - Conocer y ser capaz de aplicar las herramientas básicas de naturaleza cuantitativa para el diagnóstico y análisis empresarial.
MEC02 - Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial.
PRP01 - Comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como de la ética empresarial
PRP02 - Realizar actividades dirigidas a la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de este perfil de estudios
PRP03 - Presentación y defensa de un proyecto de fin de grado
OPT01 - Conocer los aspectos destacados del comercio electrónico y ser capaz de resolver problemas relacionados con él
OPT02 - Ser capaz de resolver problemáticas asociadas a la gestión de clientes/asociados

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

Criterios de acceso.

Se puede acceder de acuerdo con el marco normativo nacional, establecido por el R.D. 412/2014 de 6 de junio, por el que se establece la normativa básica de los procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado y el marco autonómico andaluz sobre acceso universitario regulado por Acuerdo de 12 de febrero de 2015 de la Comisión del Distrito Único de Andalucía (Resolución de 18/02/2015 de la Dirección General de Universidades).

No existen condiciones o pruebas de acceso especiales.

El perfil de ingreso del alumnado.

Los alumnos de nuevo ingreso deberían ser personas creativas e innovadoras, con capacidad de persuasión e iniciativa, con un profundo interés por el conocimiento y funcionamiento de los mercados, y con facilidad para obtener y analizar información procedente de diferentes fuentes. Sería adecuado, además, que los alumnos dispusieran de un cierto nivel de habilidades sociales y de comunicación, e interés por conocer diferentes culturas y costumbres.

Aunque es valorable un conocimiento previo en el área de Ciencias Sociales y en materias de Economía de Empresa, éste no es imprescindible para el acceso a la titulación, ya que la formación básica ofrece una formación general en estas materias.

En razón de lo expuesto, podrán acceder a los estudios universitarios oficiales de Grado en las universidades españolas, en las condiciones que para cada caso se determinen en el citado Real Decreto, quienes reúnan alguno de los siguientes requisitos:

- Se encuentren en algunas de las situaciones a que se refieren los apartados siguientes.
- Estén en posesión de un título universitario oficial de Grado o título equivalente.
- Estén en posesión de un título universitario oficial de Diplomado universitario, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico, Licenciado, Arquitecto, Ingeniero, correspondientes a la anterior ordenación de las enseñanzas universitarias o título equivalente.
- Hayan cursado estudios universitarios parciales extranjeros o, habiéndolos finalizado, no hayan obtenido su homologación en España y deseen continuar estudios en una universidad española. En este supuesto, será requisito indispensable que la universidad correspondiente les haya reconocido al menos 30 créditos.
- Estuvieran en condiciones de acceder a la universidad según ordenaciones del Sistema Educativo Español anteriores a la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

Procedimientos de acceso a la universidad:

- El procedimiento de acceso a la universidad mediante la superación de una prueba, por parte de quienes se encuentren en posesión del título de Bachiller al que se refieren los artículos 37 y 50.2 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- El procedimiento de acceso a la universidad para estudiantes procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o de otros Estados con los que España haya suscrito Acuerdos Internacionales a este respecto, previsto por el artículo 38.5 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de Educación, que cumplan los requisitos exigidos en su respectivo país para el acceso a la universidad.
- El procedimiento de acceso a la universidad para estudiantes procedentes de sistemas educativos extranjeros, previa solicitud de homologación, del título de origen al título español de Bachiller.
- El procedimiento de acceso a la universidad para quienes se encuentren en posesión de los títulos de Técnico Superior correspondientes a las enseñanzas de Formación Profesional y Enseñanzas Artísticas o de Técnico Deportivo Superior correspondientes a las Enseñanzas Deportivas a los que se refieren los artículos 44, 53 y 65 de la Ley Orgánica 2/2006, de Educación.
- El procedimiento de acceso a la universidad de las personas mayores de veinticinco años previsto en la disposición adicional vigésima quinta de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.
- El procedimiento de acceso a la universidad mediante la acreditación de experiencia laboral o profesional, previsto en el artículo 42.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la anterior.
- El procedimiento de acceso a la universidad de las personas mayores de cuarenta y cinco años, de acuerdo con lo previsto en el artículo 42.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la anterior.

Principios rectores del acceso a la universidad española.

- El acceso a la universidad española desde cualquiera de los supuestos a que se refiere el citado real decreto se realizará desde el pleno respeto a los derechos fundamentales y a los principios de igualdad, mérito y capacidad.
- Así mismo se tendrán en cuenta los principios de accesibilidad universal y diseño para todos según lo establecido en la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

3. La Conferencia General de Política Universitaria velará porque la admisión de los estudiantes a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado sea general, objetiva y universal, tenga validez en todas las universidades españolas y responda a criterios acordes con el Espacio Europeo de Educación Superior, sin perjuicio de las competencias que corresponden a la Secretaría de Estado de Universidades.

La matrícula es el punto de partida del que nace la relación de servicio con el estudiante y el inicio de la actividad académica y administrativa de la Universidad. Por todo ello, en ejercicio de la función que le corresponde, según establece el artículo 162 de los Estatutos de la Universidad de Almería, por ello de manera anual, se establece una regulación de los procedimientos, plazos y requisitos para la matriculación de los estudiantes que vayan a cursar estudios oficiales en la Universidad. A título orientativo y sin perjuicio de la normativa que en su momento esté vigente, se adjunta un extracto de esta normativa, publicada en el BOJA número 137 de 16/07/2014 y que estableció los criterios para el curso 2013-14

Matrícula en estudios de grado o de Primer y Segundo Ciclo

Estudiantes de nuevo ingreso.

1. Para iniciar estudios de Grado en los Centros de esta Universidad, la solicitud de matrícula se ajustará a los plazos, requisitos y procedimientos de admisión que establece cada año la Comisión del Distrito Único Universitario de Andalucía, sin perjuicio de lo establecido en los artículos 18.1 y 21.2 de la citada Resolución.
2. Obtenida plaza, se podrá formalizar la matrícula en los plazos que para cada fase de admisión se fije en cada una de las adjudicaciones, de acuerdo con la normativa del Distrito Único Universitario de Andalucía (en adelante DUA). El incumplimiento de los plazos e indicaciones previstas en la citada normativa se entenderá como renuncia a los derechos que puedan derivarse, considerándose decaídos en los mismos. En los casos así establecidos, se procederá a cubrir las plazas vacantes con los siguientes estudiantes según el orden de puntuación de las listas de admitidos.
3. La matrícula se realizará de forma telemática durante las 24 h a través del programa de matrícula, utilizando para ello unas claves concertadas según lo establecido en el artículo 43 de la citada Resolución. El horario de atención on-line será el que se establezca para cada periodo en la página Web automatricula.ual.es.
4. Para formalizar su matrícula, el estudiante deberá disponer de su clave de acceso a Campus Virtual, que podrá obtener a través de los procedimientos establecidos en la página web automatricula.ual.es.
5. Podrán realizar Matrícula Condicionada aquellos estudiantes preinscritos en el Distrito Único Andalúz que estén a la espera de obtener plaza en alguna Universidad de otra Comunidad Autónoma.
6. Al formalizar la matrícula, el estudiante deberá elegir el mismo grupo de teoría (o grupo docente) para todas las asignaturas básicas y obligatorias, siempre que existan plazas vacantes en dicho grupo.
7. Los estudiantes de nuevo ingreso no podrán matricularse en asignaturas del Campus Andalúz Virtual.
8. Aquellos estudiantes de nuevo ingreso que una vez formalizada su matrícula deseen ampliarla, podrán hacerlo en función de la existencia de plazas, en la forma y plazos establecidos en los artículos 14 y 15 de la citada Resolución.

Estudiantes en continuación de estudios.

1. Para los estudiantes que hubieran iniciado estudios oficiales de Primer y Segundo Ciclo y Grado en cursos anteriores, el plazo oficial de matrícula para el curso académico 2014-2015 será del 17 al 26 de septiembre.
 2. La matrícula se realizará de forma telemática a través del programa de matrícula, utilizando para ello unas claves concertadas según lo establecido en el artículo 43 de la citada Resolución. El horario de atención on-line será el que se establezca para cada periodo en la página web automatricula.ual.es.
- En la página web automatricula.ual.es se determinarán los colectivos de estudiantes que quedan excluidos de este proceso, así como los que han de realizar trámites previos a la automatícula.
3. El orden de matriculación se establecerá mediante la asignación de una cita previa, la cual podrá ser consultada, a partir del día 11 de septiembre, en la página web automatricula.ual.es y a través del servicio de Campus Virtual.
 4. El procedimiento de asignación de cita se realizará de acuerdo con la nota media del estudiante en el curso académico anterior, una vez concluida e incorporadas al expediente las calificaciones correspondientes a la convocatoria de junio. El cálculo de dicha nota media se realizará del siguiente modo:
 - a) Numerador: Sumatoria de la calificación de cada asignatura cursada en el curso anterior multiplicada por su duración en créditos (de acuerdo con lo establecido en artículo 5 del Real Decreto 1125/2003, de 6 de septiembre). No serán computados los créditos superados por adaptación/convalidación en el curso anterior.
 - b) Denominador: Número mínimo de créditos que son requeridos (en la titulación, plan y curso que corresponda) para poder optar a beca según la Orden Anual de la Convocatoria de Becas y Ayudas al Estudio del Ministerio de Educación.
 5. La cita se calculará a partir de las calificaciones que consten en el expediente del alumno a fecha 5 de septiembre. Los estudiantes en programas de movilidad podrán solicitar el recálculo de su cita una vez que la Universidad de Almería disponga de sus calificaciones en el programa de movilidad correspondiente. Si a fecha 15 de septiembre éstas no estuvieran disponibles, los alumnos podrán solicitar que se recalcule su cita aplicando las calificaciones del curso anterior.
 6. Los estudiantes dispondrán de una única cita, y podrán matricularse, según las formas previstas en el punto 2 de este artículo, en cualquier momento desde el día y la hora de su cita hasta la finalización del plazo establecido. Los alumnos deberán matricular todas las asignaturas necesarias, tanto de su titulación como, en su caso, de otras titulaciones.
 7. El estudiante podrá elegir, para cada asignatura, el grupo de teoría (o grupo docente) al que desea adscribirse, siempre que hubiera plazas vacantes. En el caso de que, dentro del plazo oficial de matrícula, no hubiera plazas vacantes en ningún grupo, y se tratara de asignaturas troncales, básicas, obligatorias, o que cubran complementos de formación, la Universidad les asignará plaza en uno de forma distributiva.

Los estudiantes repetidores de asignaturas podrán matricularse de las mismas durante el plazo oficial de matrícula, sin que quede sujeta su aceptación a la existencia de vacantes en la asignatura, aun cuando éstas no figuren en la oferta de libre elección para el presente curso académico (en el caso de asignaturas de Libre configuración). Todo ello sin perjuicio de lo establecido en el artículo 4 de esta Resolución para los planes de estudio en proceso de extinción.

8. Quedan exceptuadas de lo establecido en el apartado 7 del citado artículo, las asignaturas pertenecientes al Campus Andaluz Virtual.

9. Los alumnos repetidores de asignaturas de Campus Andaluz Virtual no ofertadas no podrán matricularse en las mismas.

Matrícula en estudios de Grado.

1. Los estudiantes que cursen estudios de Grado deberán matricularse de los créditos correspondientes según las modalidades de matrícula y sus particularidades establecidas en la Normativa de Permanencia de Estudiantes en Enseñanzas Oficiales de esta Universidad, aprobada por el Consejo Social en sesión celebrada el 30 de abril de 2010 y modificada en sesión celebrada el 26 de febrero de 2014.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

4.3 Sistemas. Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados.

La Universidad de Almería promueve una serie de iniciativas con el fin de dar cumplimiento a lo indicado en el artículo 17 del R. D. 1393/2007, que contemplan las modalidades de apoyo y orientación al alumnado matriculado en sus diferentes centros y escuelas.

La Universidad de Almería celebra cada otoño las Jornadas de puertas abiertas. En dichas jornadas cada centro prepara un stand con un docente responsable y alumnos voluntarios que son los encargados de orientar a los futuros universitarios. Por su parte, los servicios centrales cuentan con stand informativos que prestan orientación al alumno sobre Acceso, Matrícula, Becas, Cultura, Deporte, Red de Bibliotecas, etc. Asimismo se programan charlas de orientación sobre pruebas de acceso a la Universidad por cada una de las titulaciones impartidas en la Universidad de Almería.

Aunque las puertas abiertas están enfocadas a un público preuniversitario, la asistencia de un alto número de estudiantes universitarios ha llevado a incluir como colectivo de orientación a los estudiantes universitarios. Por ello, los servicios de postgrado y de titulaciones propias de la Universidad de Almería informan de las diferentes opciones formativas de la universidad. Además, los diferentes centros de nuestra universidad informan y asesoran a los estudiantes universitarios sobre su oferta académica de postgrado.

Para la recepción y acogida de estudiantes la Universidad de Almería presenta el: Protocolo de Actuación para la Recepción y Acogida de Estudiantes de Nuevo Ingreso en la Universidad de Almería

4.3.1 Protocolo de Actuación para la Recepción y Acogida de Estudiantes de Nuevo Ingreso en la UAL.

El proceso de acogida y recepción de estudiantes de primer curso forma parte de las actividades de orientación con las que se inicia el curso académico en la Universidad de Almería. En los últimos años se han llevado a cabo diferentes iniciativas centradas en la acogida de alumnos/as realizando para ello un protocolo de recepción de estudiantes de nuevo ingreso que les diera a conocer el Espacio Europeo de Educación Superior de forma general y la Universidad de Almería.

Objetivos específicos.

Realizar un itinerario de atención al estudiante que permita su rápida incorporación en la dinámica universitaria.

Facilitar el acceso de estudiantes de nuevo ingreso a los servicios de informática y biblioteca, además de a todos aquellos que resulten útiles y de su interés.

Recursos.

Aquellos propios de la Universidad, que son ofrecidos a los/las estudiantes desde los diferentes facultades.

Responsables.

Equipos decanales de Dirección

El Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo coordinan de forma general la planificación de las acciones derivadas de la aplicación del procedimiento cuando sea demandado por las Facultades, Escuelas y Centros.

Actividades del proceso secuenciadas en sesiones.

Primera sesión:

Las actividades tienen lugar a lo largo de la primera semana del curso, en la fecha que los centros estipulen. Están compuestas, como mínimo, por dos sesiones. En la primera sesión se abordan los siguientes contenidos:

- Presentación del equipo de dirección: información básica acerca del centro, su funcionamiento, datos de contacto, equipo humano y cualquier otra información que el Centro considere de interés.
- El Coordinador de titulación presenta información general acerca de la titulación, las principales características del modelo de crédito europeo ECTS e información acerca de las guías docentes.
- Mesa redonda: moderada por el Coordinador del equipo docente de cada curso, en la que se presenta al profesorado. Por su parte, cada uno de los profesores proporcionará información específica sobre su asignatura por medio de la presentación de las distintas guías docentes.

Segunda sesión:

La segunda sesión consiste en una mesa en la que personal de la biblioteca y el servicio de informática dan la información de mayor utilidad e informan de iniciativas como el Programa de Alfabetización Digital, etc. También realizan una visita a las instalaciones. Es organizada desde la Facultad y por los responsables del mismo.

Dentro del Plan de Alfabetización Digital, promovido por la Unidad de Tecnologías de Apoyo a la Docencia y Docencia Virtual perteneciente al Vicerrectorado de Tecnologías de la Información y de la Comunicación de la Universidad de Almería se imparte el curso semipresencial Iniciación al Aprendizaje en Entornos Virtuales y Acceso a los Recursos de Información en la UAL. El curso pretende cubrir las necesidades formativas que puede tener el alumnado de la Universidad de Almería en el conocimiento y utilización, a nivel básico, del Sistema de Enseñanza Virtual y de los Recursos de Información disponibles en la Universidad de Almería.

Las competencias y objetivos perseguidos con esta acción son:

Conocimiento de las nuevas modalidades de enseñanza-aprendizaje, los recursos de información que a través de las tecnologías existen en la Universidad de Almería y el papel que juegan en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Formación en tecnologías educativas, tanto para la gestión del conocimiento como para la recuperación de información.

Valoración del buen uso de los sistemas de enseñanza no presenciales en la enseñanza reglada y no reglada.

En caso de existir más de un grupo de estudiantes con diferentes horarios, la primera sesión se repetirá en cada uno de estos grupos. Para la segunda sesión se concentrarán los distintos grupos de estudiantes establecidos.

4.3.2 Tutorías de Orientación.

El desarrollo de este punto está recogido en las Directrices Básicas para el Desarrollo de la Tutoría de Orientación en los Títulos de Grado de la Universidad de Almería y que se adjunta como enlace a esta memoria. (Aprobado por el Consejo de Gobierno de la UAL de 19 de diciembre de 2011). Sin perjuicio de cualquier otra normativa aprobada por la UAL con el fin de mejorar, organizar y facilitar la implantación de este tipo de tutorías.

La Tutoría de Orientación supone el cambio más visible respecto a la acción tutorial que venía realizándose en el ámbito universitario, ya que aporta una nueva dimensión que complementa el concepto de tutoría tradicional y su funcionalidad en el nuevo contexto universitario. Se entiende la tutoría de orientación como una responsabilidad de los Centros para garantizar el seguimiento del alumnado en el transcurso de sus estudios de Grado, a través de la asignación sistemática de estudiantes a profesores de la titulación que actuarán como guías en el proceso de aprendizaje y proyección laboral de los estudiantes tutorizados.

La tutoría de orientación se concibe como un complemento a la tutoría académica, para así promover la coherencia del proceso tutorial en su totalidad y dotar de un importante valor añadido a la calidad docente.

Referencialmente las funciones de la tutoría de orientación serían:

- La Información a los alumnos, de aquellos aspectos organizativos e institucionales necesarios para la integración del alumno en la vida universitaria y para el desarrollo de su trayectoria en la universidad.
- La información, orientación y recursos para el aprendizaje.
- El Seguimiento y orientación del alumno que le permita preparar de manera planificada y responsable su futuro académico y profesional.
- La transición al mundo laboral, el desarrollo inicial de la carrera profesional y el acceso a la formación continua.

4.3.3 Servicios de apoyo y asesoramiento para el alumnado con necesidades educativas especiales.

Con los alumnos universitarios se elabora un censo anual, se obtiene información complementaria de cada alumno y se trabaja en el diseño y la aplicación del Plan de Atención Personalizada (PAP). En éste se contempla de manera individualizada para cada alumno el apoyo psicopedagógico que requiere, los recursos personales, materiales y económicos, la accesibilidad, la adaptación del puesto de estudio o trabajo, las necesidades de transporte, el apoyo humano (voluntariado o programa de alumno en paralelo), el apoyo de asociaciones y la preparación para la inserción laboral).

En la aplicación del PAP se realizan los siguientes pasos:

- Reuniones con los equipos docentes en distintos momentos del curso
- Reuniones con el propio alumno.
- Aplicación de las medidas previstas en el PAP.

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	36

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	36

4.4. Créditos. Transferencias y reconocimiento de créditos: sistemas propuestos por la universidad de Almería. Se procederá al reconocimiento y transferencia de créditos en los términos previstos en el artículo 13 del R.D. 1393/2007 y la normativa de Reconocimiento de Créditos de la Universidad de Almería por su Consejo de Gobierno el 7 de julio de 2011 para su adaptación al R.D. 861/2010 (publicada en el BOJA núm. 150 de 02 de agosto de 2011). <http://cms.ual.es/idc/groups/public/@academic/documents/documento/normativa-recytransf.pdf>

	Créditos por Enseñanzas Superiores Oficiales No Universitarias	Créditos por Títulos Propios (añadir pdf)	Créditos por Acreditación de Experiencia Laboral Profesional
Máximo	0	36 (15%x240)	36 (15%x240)
Mínimo	0	0	0

Acuerdo de Consejo de Gobierno de 19-04-2013, por el que se modifica la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos (Resolución de 20-07-2011, de la Universidad de Almería, BOJA 2-08-11).

NORMATIVA DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS DE LA UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

ÍNDICE

PREÁMBULO

CAPÍTULO I. OBJETO, RESPONSABLES Y PROCEDIMIENTO

- Objeto y ámbito de aplicación
- Definiciones
- Órganos y Unidades Responsables
- Procedimiento y Plazos

CAPÍTULO II. RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIAS DE CRÉDITOS

- Reconocimiento de Créditos. Disposiciones generales
- Rec. de créditos de formación básica en enseñanzas de Grado
- Rec. de créditos de materias obligatorias, optativas y prácticas externas
- Rec. de créditos de Grado entre las Universidades públicas andaluzas
- Transferencia de créditos

CAPÍTULO III. RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS. ESPECIFICIDADES

- Experiencia laboral y profesional y de enseñanzas universitarias no oficiales
- Estudios completados en un plan de estudios desarrollado según regulaciones anteriores
- Estudios parciales de un plan de estudios desarrollado según regulaciones anteriores
- Estudios de enseñanzas superiores oficiales no universitarias
- Créditos obtenidos en régimen de movilidad
- Créditos por la participación en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación
- Competencia «aprendizaje de una lengua extranjera»

CAPÍTULO IV. SUPLEMENTO EUROPEO AL TÍTULO Y CERTIFICACIONES

- Suplemento Europeo al Título

18. Certificaciones académicas.

Disposiciones Adicional, Transitoria, Derogatoria y Final

ANEXOS

1. Criterios Generales para el reconocimiento de créditos por la participación en actividades culturales, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación
2. Acreditación de la competencia «aprendizaje de una lengua extranjera
3. Relación de Actividades que tienen autorizado el Reconocimiento de Créditos por la Participación en Actividades Culturales, de Representación Estudiantil, Solidarias y de Cooperación.

P R E Á M B U L O

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, recoge ya en su preámbulo que: «Uno de los objetivos fundamentales de esta organización de las enseñanzas es fomentar

la movilidad de los estudiantes, tanto dentro de Europa, como con otras partes del mundo, y sobre todo la movilidad entre las distintas Universidades españolas y dentro de una misma Universidad. En este contexto resulta imprescindible apostar por un sistema de reconocimiento y acumulación de créditos, en el que los créditos cursados en otra Universidad serán reconocidos

e incorporados al expediente del estudiante».

Con tal motivo, el Real Decreto 1393/2007, en su artículo sexto («Reconocimiento y Transferencia de créditos»), establece que: «Las Universidades elaborarán y harán pública su normativa sobre el sistema de Reconocimiento y Transferencia de créditos». Dicho artículo establece unas definiciones para el reconocimiento y para la transferencia que modifican sustancialmente los conceptos que hasta ahora se venían empleando para los casos en los que unos estudios parciales eran incorporados a los expedientes de los estudiantes que cambiaban de estudios, de plan de estudios o de Universidad (mediante las figuras de la convalidación y la adaptación).

La Universidad, consciente de su responsabilidad en la tarea de adaptar su normativa para facilitar la plena incorporación al EEES, estableció por acuerdo del 9 de diciembre de 2009 una normativa general basada en los siguientes objetivos:

- Establecer un sistema de reconocimiento basado en créditos y en la acreditación de competencias.
- Garantizar, entre todas las Universidades Públicas Andaluzas, el reconocimiento de los módulos que forman parte del 75% de las enseñanzas comunes para cada Titulación, determinadas en las Comisiones de Rama y de Titulación.
- Normalizar la posibilidad de establecer, con carácter previo a la solicitud del alumnado, tablas de reconocimiento globales entre Titulaciones, que permitan una rápida resolución de las peticiones, definiendo detalladamente el procedimiento administrativo de reconocimiento, en forma, contenido y plazos.
- La posibilidad de valorar estudios no universitarios y competencias profesionales acreditadas.

Las modificaciones incorporadas por el Real Decreto 861/2010 amplían y regulan con mayor detalle, entre otros aspectos, el marco en el que pueden realizarse los reconocimientos de créditos por experiencia profesional, formación superior no universitaria y otros estudios no universitarios.

Se ha emitido informe favorable de la Comisión de Reconocimiento y Transferencias de la Universidad de Almería con fecha 9 de diciembre de 2010, y se ha elevado a Consejo de Gobierno para su aprobación, con fecha de 7 de julio de 2011, esta nueva propuesta de Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la Universidad de Almería con la finalidad de adecuarse a las nuevas previsiones contenidas en el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio.

CAPÍTULO I

OBJETO, ÁMBITO, RESPONSABLES Y PROCEDIMIENTO

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

La finalidad de esta normativa es regular los procedimientos de Reconocimiento y Transferencia de créditos que aplicar en las Titulaciones de Grado, Máster y Doctorado de la Universidad de Almería que formen parte de su oferta educativa dentro del Espacio Europeo de Educación Superior, desarrolladas al amparo del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre.

Artículo 2. Definiciones.

a) Se denominará Titulación de origen aquella en la que se han cursado los créditos objeto de reconocimiento o transferencia. Se denominará Titulación de destino aquella para la que se solicita el reconocimiento o la transferencia de los créditos.

b) Se entenderá por reconocimiento la aceptación por parte de la Universidad de Almería de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en la misma u otra Universidad, son computados en otras enseñanzas

distintas cursadas en nuestra Universidad a efectos de la obtención de un título oficial. 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, a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, modificada por la Ley 4/2007, de 12 de abril.

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

c) Se entenderá por transferencia la consignación, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, de todos los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la Universidad de Almería o en otras Universidades del EEES, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

d) Se denominará Resolución de Reconocimiento y Transferencia de créditos al documento en el cual la Dirección del Centro correspondiente refleja el acuerdo de Reconocimiento y Transferencia de los créditos objeto de solicitud. En ella deberán constar los créditos reconocidos y transferidos y, en su caso, las asignaturas o materias que deberán ser cursadas y las que no por considerarse adquiridas las competencias de esas asignaturas en los créditos reconocidos. Corresponderá a la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de créditos de la Universidad de Almería la aprobación del modelo de dicha resolución.

Artículo 3. Órganos y unidades responsables.

1. Comisión Docente del Centro. La Comisión Docente del Centro del que dependa la Titulación de destino para la que se solicita el reconocimiento o la transferencia de los créditos será la encargada de elaborar la propuesta de Reconocimiento y Transferencia de créditos, pudiendo solicitar, en su caso, informe a los Departamentos responsables de la docencia de las enseñanzas objeto de reconocimiento.

2. Comisión de Reconocimiento y Transferencia de créditos de la Universidad. Estará formada por el Vicerrector o Vicerrectora competente en materia de Ordenación Académica, o persona en quien delegue, que la presidirá; un representante de cada uno de los Vicerrectorados con competencias en materia de Grado, Posgrado, Estudiantes, Extensión Universitaria y Ordenación Académica; un representante de cada Centro de la Universidad, y el Jefe de Servicio responsable de Planes de Estudio y Ordenación Académica.

Corresponderán a esta Comisión las siguientes funciones:

a) Informar de las propuestas de Reconocimiento y Transferencia de créditos de las comisiones docentes de los centros. El informe tendrá carácter preceptivo, será vinculante y, sin la inclusión de datos de carácter personal, será público y será accesible a través de la web.

b) Autorizar el reconocimiento de créditos por la participación en actividades recogidas en el artículo 12.8 del Real Decreto 1393/2007 o la aplicación de tablas de adaptación previas entre distintos estudios, del mismo o diferente título.

c) Mantener actualizado un catálogo de todas las materias y actividades cuyo reconocimiento haya sido informado o autorizado previamente. Para las materias y actividades incorporadas en dicho catálogo, no será necesaria nueva emisión del informe al que hace referencia el apartado a) anterior ni la elaboración de propuesta de resolución por la Comisión Docente del Centro, por lo que será procedente la resolución de la Dirección del Centro.

d) Velar por el correcto funcionamiento de las Comisiones Docentes de los Centros en los procesos de Reconocimiento y Transferencia de créditos dictando las directrices e instrucciones que sean necesarias en desarrollo de la presente normativa.

e) Coordinar a las Comisiones Docentes de los Centros en la aplicación de esta normativa: evitando disparidades entre ellas; estableciendo, en su caso, criterios generales de reconocimiento y los modelos de propuesta, informe y resolución; siendo la competente para resolver cuantas dudas pudieran surgir en la aplicación de la presente normativa.

f) Informar de los recursos administrativos interpuestos ante el Rector contra resoluciones de Reconocimiento y Transferencia de créditos.

3. Comisión de Estudios de Posgrado. En el ámbito de estudios oficiales de Máster y Doctorado no adscritos a ningún Centro, la Comisión de Estudios de Posgrado ejercerá las funciones que en este artículo se atribuyen a la Comisión Docente del Centro respecto de dichos estudios.

4. Dirección del Centro. Será competencia del Decano o Director del Centro correspondiente resolver las peticiones de Reconocimiento y Transferencia de créditos conforme al procedimiento especificado en el artículo siguiente y ordenar su inserción en el expediente de la persona interesada. En el caso de los estudios de Máster y Doctorado no adscritos a ningún Centro, el Vicerrectorado responsable de estos estudios ejercerá las funciones que en este artículo se atribuyen al Decano/a o Director/a del Centro.

Artículo 4. Procedimiento y plazos.

La Universidad establecerá en su resolución anual de matrícula los periodos de solicitud para el Reconocimiento y Transferencia de créditos.

De acuerdo con dichos plazos, y a fin de garantizar que el procedimiento sea resuelto en un plazo máximo de tres meses, desde el final del plazo de solicitud, la Comisión para el Reconocimiento y Transferencia de créditos de la Universidad establecerá un calendario anual para la gestión de los distintos trámites del procedimiento con indicación expresa de los plazos máximos para emisión de informes.

Una Unidad administrativa central determinada por la Gerencia de la Universidad será la encargada de gestionar el trámite del informe preceptivo de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de créditos de la Universidad y de mantener actualizado el catálogo al que hace referencia el apartado 3.2.c) anterior.

El procedimiento podrá iniciarse, gestionarse y finalizarse por vía telemática.

De no emitirse el informe en el plazo señalado, se proseguirá con las actuaciones, a excepción de los informes que hayan sido definidos en esta norma como preceptivos y vinculantes.

El informe emitido fuera de plazo no tendrá que ser tenido en cuenta al dictar resolución.

La resolución de la Dirección del Centro será conjunta para todas las peticiones presentadas en un mismo plazo y notificada mediante publicación en el tablón de anuncios del Centro. Dicha publicación contendrá los datos relativos a las asignaturas de origen y destino, pero no contendrá datos de carácter personal. Asimismo, se hará pública una copia de la misma en el sitio web del Centro y se remitirá una comunicación personalizada al correo electrónico facilitado por los estudiantes al formular su solicitud. Todos estos extremos estarán detallados en el impreso normalizado de solicitud.

En caso de conformidad, el estudiante deberá solicitar la liquidación de precios que corresponda. El reconocimiento exigirá el previo pago de la tasa administrativa que se determine anualmente en el Decreto de Precios Públicos de la Junta de Andalucía o, en su defecto, en la Resolución Anual de Matrícula.

Las resoluciones de Reconocimiento y Transferencia de créditos podrán ser recurridas en alzada ante el Rector de la Universidad de Almería en el plazo de un mes.

CAPÍTULO II

RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

Artículo 5. Reconocimiento de Créditos. Disposiciones generales.

Los créditos, en forma de unidad evaluada y certificable, pasarán a consignarse en el expediente del estudiante especificando la tipología de origen y destino de la materia y la calificación de origen, así como también anotando la Universidad en la que se cursó.

El formato y la información que se deban incluir en las certificaciones académicas oficiales y personales serán los que determine la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de créditos.

En ningún caso podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes al Trabajo de Fin de Grado ni al Trabajo de Fin de Máster.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 3.2.b anterior, la Universidad podrá establecer, directamente o previa suscripción de convenios de colaboración, tablas de equivalencia para posibilitar el reconocimiento parcial de estudios nacionales o extranjeros con el fin de facilitar la movilidad de estudiantes y la organización de programas inter-universitarios, todo ello de conformidad con lo establecido en el R.D. 1393/2007. La aprobación de tales tablas corresponderá a la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos.

Artículo 6. Reconocimiento de créditos de formación básica

en enseñanzas de Grado.

a) Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento al menos 36 créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama. A tal fin, cuando se plantee una solicitud en el marco de lo dispuesto en el párrafo anterior, y con el objeto de garantizar que para cada título de origen se reconocen un mínimo de 36 créditos de formación básica de rama y que dicho reconocimiento se realiza de forma transparente y objetiva, se resolverá no sólo sobre las materias aportadas por el estudiante sino sobre todas las materias básicas del título de origen de la misma rama de conocimiento.

b) Serán también objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas otras materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento del título al que se pretende acceder.

c) En el caso de los créditos de formación básica en otras materias diferentes a las de la rama de conocimiento de la Titulación de destino, se atenderá a lo dispuesto en el artículo siguiente, respecto de materias obligatorias, y no serán aplicables los epígrafes siguientes de este artículo.

d) El número de créditos básicos reconocidos coincidirá con el de créditos que le sean eximidos de cursar, sin perjuicio de que pueda figurar en el expediente el número total de créditos superados en origen que han dado lugar al reconocimiento. No podrá otorgarse el título sin que se haya superado o reconocido el total de carga básica prevista en el mismo.

e) Con carácter previo a la resolución de Reconocimiento, y estudiadas las competencias adquiridas con los créditos reconocidos, la Comisión Docente del Centro realizará una propuesta de Resolución de Reconocimiento en la que se indicará el conjunto de asignaturas de formación básica del título que no deberán ser cursadas por el estudiante.

f) Excepcionalmente, el resto de asignaturas de formación básica ofrecidas en la Titulación de destino y que no les sean exigibles al/la estudiante como consecuencia del proceso de reconocimiento podrán ser cursadas por el estudiante de forma voluntaria con la finalidad de completar la formación fundamental necesaria para abordar con mayor garantía el resto de las materias de la Titulación.

Artículo 7. Reconocimiento de créditos de materias obligatorias, optativas y prácticas externas.

a) En el caso de los créditos en materias obligatorias, optativas y de prácticas externas, serán las Comisiones Docentes de los Centros las que evalúen las competencias adquiridas con los créditos aportados y su posible correspondencia con materias de la Titulación de destino.

b) El número de créditos reconocidos coincidirá con el de créditos que le sean eximidos de cursar, sin perjuicio de que pueda figurar en el expediente el número total de créditos superados en origen que han dado lugar al reconocimiento.

c) Se procurará reconocer los créditos optativos superados por el estudiante en la Titulación de origen aun cuando no tengan equivalencia en materias concretas de los estudios de destino; cuando su contenido se considere adecuado a los objetivos y competencias del título y, especialmente, en el caso

de adaptaciones de estudios que conduzcan a títulos considerados equivalentes.

d) En la Resolución de Reconocimiento y Transferencia de créditos se deberá indicar el tipo de créditos reconocidos, así como las asignaturas que el estudiante no deberá cursar por considerar adquiridas las competencias correspondientes a los créditos reconocidos.

Artículo 8. Reconocimiento de créditos de Grado entre las Universidades públicas andaluzas.

La Universidad de Almería, como integrante del sistema universitario público andaluz, reconocerá los créditos cursados en los módulos que forman parte del 75% de las enseñanzas comunes de cada Titulación determinadas en la Comisiones de Rama y Titulación siguiendo las directrices emanadas del Consejo Andaluz de Universidades para tal efecto. Para ello, irá incorporando la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de créditos al catálogo general al que hace referencia el artículo 3.2.c) las correspondientes tablas de equivalencias entre estas Titulaciones.

Artículo 9. Transferencia de créditos.

Los créditos superados por el estudiante en enseñanzas universitarias oficiales que no hayan conducido a la obtención de un título oficial y que no sean constitutivas de reconocimiento deberán consignarse, en cualquier caso, en el expediente del estudiante.

En las certificaciones académicas, los créditos transferidos aparecerán claramente diferenciados de los créditos que conducen a la obtención del título de Grado o Máster.

CAPÍTULO III

RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS. ESPECIFICIDADES

Artículo 10. Reconocimiento de experiencia laboral y profesional y de enseñanzas universitarias no oficiales.

10.1. Reconocimiento de experiencia laboral y profesional.

a) La experiencia profesional o laboral acreditada podrá ser reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título.

b) La coordinación de Titulación informará y asesorará a los solicitantes con la finalidad de ayudarles a autoevaluar su competencia, completar su expediente documental y facilitarles la presentación de pruebas que justifiquen su competencia profesional. Además, evacuará un informe no vinculante dirigido a la Comisión de Evaluación.

c) El expediente documental será conformado por el solicitante con el asesoramiento antes mencionado e incluirá: contrato laboral con alta en la Seguridad Social; credencial de prácticas de inserción profesional; certificados de formación de personal; memoria de actividades desempeñadas y/o cualquier otro documento que permita comprobar o poner de manifiesto la experiencia alegada y su relación con las competencias inherentes al título.

d) La Comisión Docente del Centro será la encargada de la evaluación de competencias del candidato. A tal fin, podrá constituir cuantas Comisiones de Evaluación considere necesarias, agrupadas por título o títulos afines. Asimismo, podrá delegar la evaluación en la Comisión Académica del Título.

e) Dicha Comisión, tras el estudio de la documentación y el informe del coordinador, decidirá sobre la admisión al procedimiento. En caso favorable, deberá realizarse una evaluación del solicitante para valorar la adquisición de las competencias alegadas. Podrá evaluarse mediante entrevista profesional, simulaciones, pruebas estandarizadas de competencia u otros métodos afines. Excepcionalmente, se podrá prescindir de la evaluación cuando, tras el estudio del expediente documental aportado, la Comisión de Evaluación aprecie sin sombra de duda que el solicitante ha adquirido las competencias alegadas.

f) En su caso, y a efectos de continuación del procedimiento general establecido en la presente normativa, la Comisión de evaluación elevará una propuesta a la Comisión Docente del Centro.

g) Cuando de la evaluación se desprenda que el candidato tiene las competencias y conocimientos asociados a una determinada materia, podrá autorizarse el reconocimiento de los créditos correspondientes a ella.

h) Cuando de la evaluación se desprenda que el candidato tiene competencias y conocimientos inherentes al título pero no coincidentes con los de ninguna materia en particular, podrán reconocerse en forma de créditos optativos.

i) El reconocimiento de estos créditos, que no computarán a efectos de baremación del expediente, incorporará la calificación de «Apto».

j) La sola alegación de un volumen determinado de horas o años trabajados no será causa suficiente para el reconocimiento de créditos, salvo en supuestos de colectivos profesionales muy estructurados en categorías profesionales precisas que garanticen las mismas competencias profesionales.

10.2. Reconocimiento de enseñanzas universitarias no oficiales.

k) Podrán reconocerse créditos por enseñanzas universitarias no oficiales siempre que hayan sido impartidas por una Universidad y el diploma o título correspondiente constate la realización de la evaluación del aprendizaje.

l) El reconocimiento de estos créditos, que no computarán a efectos de baremación del expediente, no incorporará. El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior en su conjunto al 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios, salvo en el caso previsto en el artículo 6.4 del Real Decreto 1393/2007 según la redacción del Real Decreto 861/2010, de 2 de julio.

Artículo 11. Reconocimiento de estudios completados de un plan de estudios desarrollado según regulaciones anteriores. En el caso de que ambas Titulaciones pertenezcan a la misma rama de conocimiento, si la Titulación de destino es un Grado, se reconocerán un mínimo de 36 créditos de sus materias

básicas por considerar que el título obtenido le aporta un mínimo de las competencias básicas de la rama, y le será de aplicación el mismo procedimiento previsto en el artículo 6.a. La Resolución de Reconocimiento y Transferencia de créditos hará constar que los créditos de formación básica son reconocidos por aportar un título oficial previo. Así se consignará igualmente en el expediente académico.

Respecto del resto de créditos, se podrá realizar un Reconocimiento asignatura por asignatura de acuerdo con lo previsto en el artículo 7 anterior. Igualmente, podrá procederse al Reconocimiento asignatura por asignatura en el caso de que ambas Titulaciones sean de distinta rama de conocimiento, o en el caso de que la Titulación de destino sea un Máster.

Artículo 12. Reconocimiento de estudios parciales de un plan de estudios desarrollado según regulaciones anteriores. Podrá realizarse el reconocimiento asignatura por asignatura según lo previsto en el artículo 7 anterior. A efectos de lo dispuesto en el artículo 10 y en el párrafo anterior de este artículo respecto del reconocimiento de créditos, se entenderá que la carga lectiva de un crédito de anteriores sistemas educativos equivale a un crédito ECTS.

Artículo 13. Reconocimiento de estudios de enseñanzas superiores oficiales no universitarias. El reconocimiento de créditos por estudios superiores no universitarios se regulará por lo dispuesto en el la Ley Orgánica 4/2011, de 11 de marzo, complementaria de la Ley de Economía Sostenible, el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de

julio, así como por los acuerdos que en su caso se suscriban en el marco del distrito universitario andaluz y por lo dispuesto en la presente normativa.

Artículo 14. Reconocimiento de créditos obtenidos en régimen de movilidad.

El reconocimiento de créditos obtenidos en régimen de movilidad se realizará de acuerdo con la normativa nacional o internacional aplicable; los convenios que suscriba esta Universidad; los procedimientos establecidos por el Vicerrectorado competente y la normativa que, en su caso, se establezca.

En los supuestos en los que se posibilite movilidad sin que se haya suscrito previo acuerdo de reconocimiento de estudios, se atenderá a lo dispuesto con carácter general en la presente normativa a efectos del reconocimiento de los créditos superados.

En todo caso, serán aplicables las funciones de coordinación, interpretación y fijación de criterios generales que la presente normativa atribuye a la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de créditos.

Artículo 15. Reconocimiento de créditos por la participación en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación. Conforme a lo que establece el artículo 46.2.i.) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades, modificada por la Ley 4/2007, de 12 de abril, y el artículo 12.8, del Real Decreto 1393/2007, en su redacción dada por el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación hasta el máximo que fije el plan de estudios cursado. Este reconocimiento se llevará a cabo de acuerdo con los siguientes criterios:

a) Sólo será aplicable, hasta por un máximo de 6 créditos, en títulos de Grado.

b) La actividad objeto del Reconocimiento deberá haber sido desarrollada durante el período de estudios universitarios comprendido entre el acceso a la Universidad y la obtención del título.

c) Las actividades específicas por las que se puede solicitar el reconocimiento deberán haber sido aprobadas por la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de créditos según los criterios generales que figuran en el Anexo I de este documento. Dichos criterios generales podrán ser ampliados o modificados por el Consejo de Gobierno. En el Anexo III se incorpora una tabla de Actividades específicas por la que puede ser solicitado el reconocimiento. La actualización, modificación y ampliación de esa tabla corresponderá a la Comisión de Reconocimiento y Transferencia.

d) Los créditos reconocidos serán incorporados al expediente del estudiante como: «Reconocimiento de créditos por participación en actividades universitarias»; se añadirá, en su caso, el nombre de la actividad, con la calificación de «Apto», y no se tendrá en cuenta en la media del expediente académico, salvo que una norma estatal estableciera lo contrario.

El procedimiento para el reconocimiento de estos créditos será el siguiente:

1. Los organizadores y responsables de las actividades que pueden ser autorizadas para su reconocimiento comunicarán, con carácter previo a su celebración, las mismas a la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de créditos.
2. La Comisión de Reconocimiento y Transferencia de créditos resolverá sobre la autorización del reconocimiento de las actividades propuestas, y determinará el número de créditos autorizados actualizando, en su caso, el Anexo III.
3. El estudiante solicitará el reconocimiento de las actividades autorizadas en la Secretaría Académica dentro de los plazos que se establezcan anualmente en la resolución de matrícula, y aportará la documentación que proceda y abonará la tasa que corresponda.
4. El Decano o Director de Centro resolverá el reconocimiento de créditos de acuerdo con la resolución de autorización de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de créditos.

Artículo 16. Reconocimiento de la competencia «aprendizaje de una lengua extranjera». De conformidad con la normativa sobre Competencias Genéricas de la UAL para las nuevas Titulaciones, los estudiantes deberán acreditar la competencia «aprendizaje de una lengua extranjera», según los criterios recogidos en el Anexo II de la presente normativa.

La Comisión de Reconocimiento y Transferencia de créditos será la encargada de aplicar la normativa sobre reconocimiento de esta competencia y velará por la actualización del contenido de este anexo y su aprobación por Consejo de Gobierno.

CAPÍTULO IV

SUPLEMENTO EUROPEO AL TÍTULO Y CERTIFICACIONES

Artículo 17. Suplemento Europeo al Título.

Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursadas en cualquier Universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente título serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título, confeccionado en versión bilingüe castellano-inglés, de acuerdo con lo regulado en el Real Decreto 1044/2003, de 1 de agosto, por el que se establece el procedimiento para la expedición por las Universidades del Suplemento Europeo al Título.

Artículo 18. Certificaciones Académicas.

Con objeto de facilitar la movilidad entre Universidades del EEES, en las certificaciones académicas que se expidan a los estudiantes deberán incluirse la fecha de publicación en Boletín Oficial del Plan de Estudios correspondiente; la rama a la que se adscribe el título; los módulos y materias a las que se vinculan las correspondientes asignaturas, y la rama a la que pertenecen las materias básicas del título. En la medida de lo posible, se facilitará la expedición de certificaciones académicas bilingües castellano-inglés.

Disposición adicional.

Todas las denominaciones de órganos de gobierno, representación, cargos, funciones y miembros de la Comunidad Universitaria, así como cualesquiera otras que en la presente normativa se efectúen en género masculino se entenderán hechas indistintamente en género masculino o femenino, según

el sexo del titular que los desempeñe.

Disposición transitoria.

A los procedimientos iniciados con anterioridad a la entrada en vigor de la de la presenta Normativa les serán de aplicación las disposiciones vigentes en el momento de la solicitud. Será, por tanto, de aplicación la anterior Normativa de

Reconocimiento de créditos en tanto no se oponga a lo previsto en el Real Decreto 1393/2007, en la redacción dada por el Real Decreto 861/2010.

Disposición derogatoria.

Queda derogada la Normativa de Reconocimiento de créditos de la Universidad de Almería aprobada en Consejo de Gobierno de 9 de diciembre de 2009.

Disposición final.

La presente normativa entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial de la Junta de Andalucía».

ANEXO I

CRITERIOS GENERALES DE RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS POR LA PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES CULTURALES, DE REPRESENTACIÓN ESTUDIANTIL, SOLIDARIAS Y DE COOPERACIÓN

Los siguientes criterios generales informarán la actuación de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de créditos en el reconocimiento de las actividades descritas en este Anexo. La modificación y actualización de estos criterios corresponderá a Consejo de Gobierno.

1. Actividades culturales. Su idoneidad a efectos de reconocimiento deberá ser avalada por el Vicerrectorado de Cultura, Extensión Universitaria y Deportes (o el que asuma tales competencias), que expedirá el Certificado correspondiente y asignará una equivalencia en horas de participación a dicha actividad y un valor en créditos ECTS equivalentes según la regla de equivalencia de 1 crédito por cada 25 h.

2. Cursos de Enseñanzas Propias, Extensión Universitaria y Cursos de Verano. En el caso de actividades computadas en horas lectivas, se convertirán a créditos ECTS según la regla de 1 crédito ECTS por cada 25 horas lectivas.

3. Actividades Deportivas. Su idoneidad a efectos de reconocimiento deberá ser avalada por el Vicerrectorado de Cultura, Extensión Universitaria y Deportes (o el que asuma tales competencias), que expedirá el Certificado correspondiente y propondrá la equivalencia en créditos ECTS.

4. Actividades de Representación estudiantil en órganos colegiados. Será necesario aportar certificación de haber asistido al menos al 60% de las sesiones del órgano en el periodo indicado a continuación, emitida por el Secretario de dicho órgano:

- Los representantes en Consejo de Estudiantes, Consejos de Departamento, Unidad de Garantía de Calidad, Juntas de Centro, Comisiones de Consejo de Gobierno, Consejo de Gobierno, Consejo Social y aquellos otros órganos que pudiera determinar la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de créditos, tendrán un reconocimiento de 1 crédito por curso académico.

- En el caso de representantes en el Claustro, el estudiante deberá asistir a todas las sesiones que se convoquen durante el periodo para el que ha sido elegido, con reconocimiento de 1 crédito por periodo (2 cursos académicos).

5. Actividades Solidarias y de Cooperación. La idoneidad de las mismas a efectos de reconocimiento deberá ser avalada por el Vicerrectorado de Estudiantes (o el que asuma tales competencias), que expedirá el Certificado correspondiente y asignará una equivalencia en horas de participación a dicha actividad y un valor en créditos ECTS

equivalentes según la regla de equivalencia de un crédito por cada 25 horas de prestación de servicios de voluntariado, orientación, apoyo al alumnado, cooperación y mediación de salud.

6. Otras Actividades. Excepcionalmente, teniendo en cuenta los criterios de idoneidad y oportunidad y a propuesta de los distintos Vicerrectorados, el Consejo de Gobierno podrá autorizar el reconocimiento de créditos a otras actividades no expresamente incluidas en los criterios anteriores.

ANEXO II

ACREDITACIÓN DE LA COMPETENCIA «APRENDIZAJE DE UNA LENGUA EXTRANJERA»

1. Los estudiantes de todas las Titulaciones de Grado deberán acreditar obligatoriamente, para la obtención de su título el nivel B1 o superior de una lengua extranjera (Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas).
2. Los estudiantes extranjeros deberán acreditar el conocimiento de la lengua castellana.
3. La acreditación del nivel B1 de una lengua extranjera deberá ostentarse con anterioridad a la finalización de los estudios, pudiendo obtenerse por cualquiera de los siguientes procedimientos:

1. Por haber superado un Grado que incluya contenidos suficientes de una lengua extranjera para alcanzar la competencia «aprendizaje de una lengua extranjera» en un nivel igual o superior al B1, según el Plan de Estudios de dicho título.
2. Prueba de nivel. La Universidad de Almería a través de su Centro de Lenguas realizará todos los años una convocatoria de pruebas de las lenguas que oferta regularmente. La calificación de las referidas pruebas será apto o no apto.
3. Cursando y aprobando los créditos de enseñanza de un idioma cuando así lo establezca la Orden Ministerial respectiva, el acuerdo andaluz del 75% común o el Plan de Estudios, y que impliquen alcanzar un nivel B1 o superior.
4. Acreditación. Quedarán eximidos de la realización de estas pruebas los estudiantes que acrediten tener un nivel B1 o superior, de acuerdo con lo establecido en el Marco Común Europeo de Referencia.

Esto se podrá concretar también en cursos y certificaciones, de acuerdo con la siguiente tabla:

Inglés

Centro de Lenguas de la UAL (nivel correspondiente)

Diploma PET (Preliminary English Test)

Diploma FCE (First Certificate in English)

Diploma CAE (Certificate in Advanced English)

Diploma CEP (Certificate of English Proficiency)

TOEFL PBT: 457 puntos o superior

TOEFL CBT: 137 puntos o superior

IBT TOEFL: 57 puntos o superior

TOEIC: 550 puntos o superior

Francés

Centro de Lenguas de la UAL (nivel correspondiente)

Diploma DELF B1 (Diplôme d'Études en Langue Française)

Diploma DELF B2 (Diplôme d'Études en Langue Française)

Diploma DALF C1 (Diplôme Approfondi de Langue Française)

Diploma DALF C2 (Diplôme Approfondi de Langue Française)

Alemán

Centro de Lenguas de la UAL (nivel correspondiente)

Diploma ZD (Zertifikat Deutsch)

Diploma GoetheZertifikat B2

Diploma GoetheZertifikat C1 (=antiguo ZMP/Zentrale

Mittelstufenprüfung)

Diploma ZOP (Zentrale Oberstufenprüfung)

Diploma KDS (Kleines Deutsches Sprachdiplom)

Italiano

Centro de Lenguas de la UAL (nivel correspondiente)

Diploma CELI 2 (Certificato di Conoscenza della Lingua

Italiana Livello 2) y superiores

Diploma CILS 1 y superiores

3.5. U otros procedimientos y otras lenguas que puedan establecer en su momento el Consejo de Gobierno.

NOTA: ESTA TABLA SE ENCUENTRA AMPLIADA Y ACTUALIZADA (ver web del Servicio de Ord. Docente, Planes de estudio y F.C.) http://cms.ual.es/UAL/universidad/serviciosgenerales/asuntosgenerales/Pagina/PE_PAGINA_B1

ANEXO III

RELACIÓN DE ACTIVIDADES QUE TIENEN AUTORIZADO EL RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS POR LA PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES CULTURALES, DE REPRESENTACIÓN ESTUDIANTIL, SOLIDARIAS Y DE COOPERACIÓN

El Reconocimiento de créditos por las actividades específicas que se recogen en el presente anexo, hasta el máximo de 6 créditos, se regirá por lo establecido en el artículo 14 de esta Normativa. La modificación y ampliación de la relación de actividades autorizadas corresponderá a la Comisión de Reconocimiento y Transferencias de acuerdo con el procedimiento establecido en dicho artículo.

1. Actividades Culturales.

ACTIVIDADES CULTURALES		
CERTIFICADO	Vicerrectorado de Cultura, Extensión Universitaria y Deportes	
Actividades	Duración	Créditos
Taller de Bailes de Salón	50 horas	2
Taller de Grupo de Teatro	50 horas	2
Taller de Grupo de Poesía	50 horas	2

Taller de Grupo de Cine	50 horas	2
Cursos y Conferencias	25 horas	1
Cursos y Conferencias	10 horas	0,5
Taller de Pintura	50 horas	2
Cursos de Verano	50 horas	2
Cursos de Género	25 horas	1
Cursos de Migraciones e Interculturalidad	25 horas	1
Exposiciones	5 horas	0,25
Actividades Musicales	25 horas	1

Jornada Repensar el Estado Autnómico: ¿el federalismo como solución de futuro?

Organizador: Cátedra Rafael

Escuredo (UAL) y Foro

Permanente para el Intercambio 1 de Ideas Andalucía a Debate (UJA) Esta Actividad Cultural ha sido redactada según Acuerdo adoptado en Consejo de gobierno de 19/04/2013

2. Actividades Deportivas.

Actividades	Descripción	Créditos
DEPORTISTAS UNIVERSITARIOS DE ALTO NIVEL		
JUSTIFICACION: Diploma de Deportista Universitario de Alto Nivel del curso correspondiente, emitido por el Vicerrectorado de Cultura, Extensión Universitaria y Deportes		
PROGRAMA «AYUDA AL DEPORTISTA UNIVERSITARIO DE ALTO NIVEL»	Alumnos incluidos dentro del Programa «Ayuda al Deportista Universitario de Alto Nivel», en el curso en vigor, para Deportistas Universitarios de Alto Nivel.(actividad de 120 horas)	3
CURSOS DE FORMACIÓN DEPORTIVA		
JUSTIFICACION: Diploma de aprovechamiento del curso, emitido por el Vicerrectorado de Cultura, Extensión Universitaria y Deportes, donde se indica el número de horas de la actividad formativa.		
- CURSOS DE FORMACIÓN DEPORTIVA (FORMACION)	Cursos que contengan una parte teórica, otra parte práctica, con temario, evaluación y título de aptitud. (cursos de más de 25 horas)	2 por curso realizado
- CURSOS DE FORMACIÓN DEPORTIVA (FORMACION)	Cursos que contengan una parte teórica, otra parte práctica, con temario, evaluación y título de aptitud. (cursos de más de 25 horas)	1 por curso realizado
ACTIVIDADES DEPORTIVAS GENERALES		
JUSTIFICACION: Certificación de actividades realizadas emitido por el Servicio de Deportes del Vicerrectorado de Cultura, Extensión Universitaria y Deportes, donde se relacionan las actividades realizadas y se indique el número de créditos que se puedan reconocer. En aplicación del art. 22 del Reglamento de Promoción y Apoyo del Deportista Universitario, por este grupo de actividades se podrá reconocer un máximo de 2 créditos por curso académico.		

- COMPETICIONES EXTERNAS (AUTONÓMICAS O NACIONALES)	Actividades de competición externa con una orientación de rendimiento. Para poder participar deberá ser seleccionado en su deporte. Existirán 2 modalidades: - PARTICIPACIÓN Deporte de equipo, deporte individual con acceso por marca, y deporte individual con acceso sin marca. - RESULTADOS Obtención de medalla en CAU, CEU o EU. (actividad entre 20 y 50 horas)	PARTICIPACIÓN 1 RESULTADOS 1
- COMPETICIONES FEDERADAS	Actividad de competición de rendimiento, con sesiones de entrenamiento semanales desde Octubre a Abril, en equipos federados de la Universidad de Almería.(actividad entre 40 y 50 horas)	1
CURSOS DE APRENDIZAJE DEPORTIVO (PARTICIPACIÓN)	Cursos en los que aprenden destrezas básicas para el aprendizaje de determinadas disciplinas deportivas. (cursos entre 12 y 20 horas)	0,5 por curso realizado
- ACTIVIDADES EN LA NATURALEZA	Actividades que se desarrollan en contacto con el medio ambiente. Participar en 5 actividades en la naturaleza durante el curso.(cada actividad entre 6 y 10 horas)	1 cada 5 actividades realizadas
- ESCUELAS DEPORTIVAS y CURSOS DE NATACION	Actividades deportivas mensuales que fomentan los hábitos de salud y bienestar físico. Participación en 4 mensualidades (o 2 bimestral o 1 cuatrimestral).(cada mensualidad entre 8 y 10 horas)	1 por cada 4 mensualidades
COMPETICIONES INTERNAS	Actividades de competición interna en diferentes formatos y en diferentes modalidades deportivas. Solo podrán reconocer créditos el primer clasificado de cada competición, tanto individual como colectiva.(actividad entre 12 y 15 horas para los finalistas)	1 al Campeón

5. Actividades Solidarias.

ACTIVIDADES SOLIDARIAS Y DE COOPERACIÓN		
CERTIFICADO	Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo	
Actividades	Descripción	Créditos
Apoyo a estudiantes con necesidades educativas especiales (ACNEE).	Reuniones y actividades de apoyo con los ACNEE y con el secretario de orientación educativa.	2
Jornadas y actividades de sensibilización en torno a la solidaridad, cooperación, voluntariado, discapacidad y promoción de la salud.(25 h mínimo).	- Jornadas de Voluntariado. - Jornadas de Cooperación. Jornadas de la Tierra y sobre temas medioambientales. - Jornadas de sensibilización sobre discapacidad. - Jornadas sobre promoción de la salud.	1 1 1 1 1
Cursos, actividades formativas y de apoyo en torno a la solidaridad, la cooperación, el voluntariado, la discapacidad y la promoción de la salud.(50 h mínimo)	- Curso de formación de voluntariado social. - Curso de formación de voluntariado digital. - Curso de formación de voluntariado y cooperación. - Curso de formación de voluntariado medioambiental. - Curso de formación de voluntariado en el ámbito de la discapacidad. - Cursos de formación de apoyo al alumnado de nuevo ingreso. - Cursos de formación en prácticas de promoción de la salud.	2 2 2 2 2 2 2

Almería, 20 de julio de 2011.- El Rector, Pedro R. Molina García.

Se procederá al reconocimiento y transferencia de créditos en los términos previstos en el artículo 13 del R.D. 1393/2007. - En esos términos, serán reconocibles los ECTS correspondientes al 75% de materias comunes entre las diferentes Universidades andaluzas (Título de Graduado/a), a cualquier alumno/a procedente de las mismas. - Los estudiantes matriculados en la Universidad de Almería podrán solicitar reconocimiento de un máximo de 6 créditos por la participación en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación de acuerdo con el art. 46.2.i) L.O.U. 6/2001 Se adjunta como Anexo a esta memoria el desarrollo normativo previsto para este punto. Aplicación del acuerdo andaluz del 75% de módulos comunes en las Universidades andaluzas En la siguiente tabla se detallan las materias de cada módulo que corresponden al acuerdo andaluz del 75%:

Módulo	Materia	Créditos
1. Formación Básica en Ciencias Económicas y Empresariales	Historia	6
	Derecho	6
	Estadística I	6

	Economía I	12	
	Matemáticas	6	
	Empresa	24	
2. Ampliación en Economía y Estadística	Economía II	6	
	Estadística II	6	
4. Dirección Comercial	Dirección comercial	12	
5. Análisis e investigación de mercados	Análisis del consumidor	6	
	Investigación de mercados	12	
6. Comunicación integrada de marketing	Comunicación integrada de marketing	12	
7. Distribución comercial	Distribución comercial	12	
8. Marketing sectorial	Marketing sectorial	12	
9. Organización de empresas	Organización de empresas	6	
10. Métodos cuantitativos	Análisis estadístico de datos	6	
11. Optativas*	Optativas	6	
12. Proyección Profesional	Creación de Empresas	6	
	Prácticas en Empresas	12	
	Trabajo Fin de Grado	6	
Total ECTS		180	
* En el acuerdo del 75% andaluz establece que, cada Universidad en el plan de estudio debe ofrecer 6 créditos de optativas como alternativa al reconocimiento previsto en el art. 12.8 del R.D. 1393/2007, por la participación en actividades universitarias, culturales, estudiantil, solidarias y de cooperación			
4.5 CURSO DE ADAPTACIÓN PARA TITULADOS			

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 5: Anexo 1.		
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
Clase magistral participativa		
Proyecciones audiovisuales		
Seminarios y actividades académicas dirigidas		
Búsqueda consulta y tratamiento de la información		
Debates		
Aprendizaje basado en problemas		
Estudios de casos		
Exposición de grupos de trabajo		
Realización y resolución de ejercicios y problemas		
Sesiones de evaluación		
Demostración de procedimientos específicos		
Evaluación de resultados		
Realización de informes y proyectos		
Trabajo en equipo		
Trabajo de campo		
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
Realización de prácticas externas		
Redacción y defensa de un Trabajo Fin de Grado		
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Pruebas finales (escritas u orales)		
Pruebas, ejercicios y problemas		
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.		
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)		
Participación activa del estudiante		
Informe de tutor		
Defensa pública de Trabajo Final de Grado		
5.5 NIVEL 1: Formación Básica en Ciencias Económicas y Empresariales		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Derecho I		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Derecho
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Introducción al Derecho Civil y Laboral		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RD1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también RD2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio. UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL3. Capacidad para identificar, analizar, y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con rigor. FBC02. Haber alcanzado un nivel adecuado de conocimiento y comprensión de los fundamentos del Derecho, en su aplicación a la realidad económico-empresarial		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
La persona física y la jurídica. Derecho de Obligaciones y Contratos. Responsabilidad civil extra-contractual (derecho de daños o de accidentes). Los bienes patrimoniales y su régimen. Las fuentes del Derecho del Trabajo. Mercado de trabajo y colocación. El contrato individual de trabajo. Derecho colectivo.		

5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
UAL003 - Capacidad para resolver problemas		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
FBC02 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Derecho		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	27	100
Búsqueda consulta y tratamiento de la información	2	100
Debates	7	100
Estudios de casos	6	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	3	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
NIVEL 2: Economía I		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Economía
ECTS NIVEL2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3

6	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Introducción a la Economía		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Microeconomía		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL3. Capacidad para identificar, analizar, y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con rigor. RD1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también RD2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio. FBC06. Conocer los fundamentos de la Economía en sus vertientes microeconómica (entender el funcionamiento del mercado y como influyen en él diversos factores) y macroeconómica (funcionamiento del sistema económico). FBC07. Conocimiento del funcionamiento de mercados competitivos y no competitivos, y de los mercados de factores.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
• Introducción a la Economía • Introducción a la Microeconomía		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
UAL003 - Capacidad para resolver problemas		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
FBC06 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Economía		
FBC07 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Microeconomía		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	59.5	100
Búsqueda consulta y tratamiento de la información	1.5	100
Debates	0.5	100
Aprendizaje basado en problemas	9.5	100
Estudios de casos	5	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	10.5	100
Sesiones de evaluación	2.5	100
Realización de informes y proyectos	0.5	100

Trabajo en equipo	0.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
NIVEL 2: Empresa		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
ECTS NIVEL2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6	18	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Introducción a la Administración de Empresas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral //
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		

ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Introducción a las Finanzas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Introducción a la Contabilidad		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Introducción al Marketing		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL2. Utilizar las Técnicas de Información y Comunicación (TICs) como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, para el aprendizaje, la investigación y el trabajo cooperativo. UAL3. Capacidad para identificar, analizar, y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con rigor. UAL6. Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones, en contextos tanto nacionales como internacionales. UAL9. Capacidad para diseñar, gestionar y ejecutar una tarea de forma personal. RD1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también FBC03. Conocer los fundamentos económicos y organizativos de la empresa, analizándola como un conjunto de áreas funcionales interrelacionadas, y aplicar los conceptos básicos a la resolución de problemas empresariales extraídos de la realidad. FBC08. Que los estudiantes comprendan y sepan diferenciar los conceptos básicos de riqueza (activo - pasivo), resultado (riqueza generada: ingresos - gastos) y tesorería. Así como, los criterios generales de su reconocimiento, valoración y presentación. FBC09. Comprender los axiomas y principios financieros fundamentales. Reconocer los elementos y variables que definen a las operaciones financieras, tanto de inversión como de financiación, y aplicar los principales métodos para su valoración en condiciones de certeza y riesgo. FBC10. Haber comprendido el alcance del concepto de marketing. Conocer los principales componentes de un plan de marketing. Conocer la aplicación del marketing con un comportamiento ético y de responsabilidad social. Comprender el marco de conceptos y procesos que conforman el comportamiento de compra. Conocer el proceso de planificación de marketing y el plan de marketing. Comprender el proceso de compra en contextos organizativos e individuales. Comprender el proceso de identificación de segmentos en el mercado. FBC11. Conocer los principios éticos asociados a la práctica económica y de gestión. Discernir en qué medida las empresas e instituciones integran a los diferentes grupos y agentes interesados en sus decisiones y asumen un compromiso social. Aplicar los principios de responsabilidad social para la resolución de problemas económicos y de gestión. FBC12. Manejo de programas informáticos para el tratamiento estadístico de datos, la resolución de problemas matemáticos. RD3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		

Introducción a la Administración de Empresas
 Introducción a la Contabilidad
 Introducción a las Finanzas
 Introducción al Marketing

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)

UAL002 - Habilidad en el uso de las TIC

UAL003 - Capacidad para resolver problemas

UAL006 - Trabajo en equipo

UAL009 - Capacidad para aprender a trabajar de forma autónoma

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

FBC03 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Dirección de Empresas

FBC08 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Contabilidad

FBC09 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Finanzas

FBC10 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Marketing

FBC11 - Conocer y comprender la responsabilidad social derivada de las actuaciones económicas y empresariales

FBC12 - Adquirir habilidades y dominar herramientas informáticas aplicadas a las diferentes materias

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	89	100
Proyecciones audiovisuales	2	100
Seminarios y actividades académicas dirigidas	0.5	100
Búsqueda consulta y tratamiento de la información	5.5	100
Debates	27	100
Estudios de casos	23	100
Exposición de grupos de trabajo	2.5	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	25.5	100
Sesiones de evaluación	5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral participativa

Clases teórico-prácticas

Elaboración y exposición de trabajos

Tutorías

Trabajo autónomo o en grupo

Sesiones de evaluación

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
NIVEL 2: Estadística I		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Estadística
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estadística		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No

FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. RD1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio. UAL3. Capacidad para identificar, analizar, y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con rigor. FBC12. Manejo de programas informáticos para el tratamiento estadístico de datos, la resolución de problemas matemáticos, ¿ FBC05. Conocimiento y comprensión de medidas estadísticas, conceptos de probabilidad y distribuciones de probabilidad. Realización de análisis descriptivos de datos y extracción de conclusiones.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
1. Análisis de datos unidimensionales 2. Análisis de datos bidimensionales 3. Números índices 4. Probabilidad 5. Variables aleatorias 6. Modelos de distribuciones discretos y continuos		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
UAL003 - Capacidad para resolver problemas		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
FBC05 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Estadística		
FBC12 - Adquirir habilidades y dominar herramientas informáticas aplicadas a las diferentes materias		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	17	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	22	100
Demostración de procedimientos específicos	6	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0

Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
NIVEL 2: Historia		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Historia
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Historia Económica		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales.
UAL4. Comprender expresar con claridad y oportunidad las ideas, conocimientos, problemas y soluciones a un público más amplio, especializado o no especializado (y sentimientos a través de la palabra, adaptándose a las características de la situación y la audiencia para lograr su comprensión y adhesión).
UAL5. Es el comportamiento mental que cuestiona las cosas y se interesa por los fundamentos en los que se asientan las ideas, acciones y juicios, tanto propios como ajenos.
FBC01. Conocimiento de los procesos y conceptos básicos de la Historia Económica. Análisis de textos y de estadísticas históricas.
RD3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

5.5.1.3 CONTENIDOS

1. Introducción a la Historia Económica.
2. El desarrollo económico desde la industrialización.
3. Visión histórica del proceso de globalización.
4. Las instituciones y el desarrollo económico.
5. Rupturas, ciclos y fluctuaciones en la Historia Económica.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)

UAL004 - Comunicación oral y escrita en la propia lengua

UAL005 - Capacidad de crítica y autocrítica

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

FBC01 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Historia Económica

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	25	100
Búsqueda consulta y tratamiento de la información	3	100
Estudios de casos	9	100
Exposición de grupos de trabajo	8	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral participativa

Clases teórico-prácticas

Elaboración y exposición de trabajos

Tutorías

Trabajo autónomo o en grupo

Sesiones de evaluación

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0

NIVEL 2: Matemáticas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias	Matemáticas
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Matemáticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RD1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL3. Capacidad para identificar, analizar, y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con rigor.		

FBC12. Manejo de programas informáticos para el tratamiento estadístico de datos, la resolución de problemas matemáticos, ¿
FBC04. Haber conseguido un adecuado nivel de conocimiento, comprensión y aplicación de los elementos básicos del álgebra lineal y del cálculo diferencial e integral.

5.5.1.3 CONTENIDOS

1. Álgebra lineal y aplicaciones
2. Cálculo diferencial e integral en una variable
3. Cálculo diferencial en varias variables

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)

UAL003 - Capacidad para resolver problemas

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

FBC04 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Matemáticas

FBC12 - Adquirir habilidades y dominar herramientas informáticas aplicadas a las diferentes materias

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	29	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	14	100
Evaluación de resultados	2	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral participativa

Clases teórico-prácticas

Elaboración y exposición de trabajos

Tutorías

Trabajo autónomo o en grupo

Sesiones de evaluación

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0

5.5 NIVEL 1: Ampliación en Economía y Estadística

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Economía II

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGEO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Macroeconomía		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGEO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RD1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también RD2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio. UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL3. Capacidad para identificar, analizar, y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con rigor. AFB01. Conocimiento de la demanda agregada y de los elementos que la componen. Conocimiento y análisis de la política fiscal y monetaria.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Conceptos introductorios. La renta de equilibrio en una economía cerrada sin sector público El presupuesto, la política fiscal y la demanda agregada Introducción al sector público español.		

El dinero y la banca. La política monetaria y el banco central
La inflación y el desempleo.
Comercio internacional, balanza de pagos y política comercial

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)

UAL003 - Capacidad para resolver problemas

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

AFB01 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de Macroeconomía

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	28.5	100
Búsqueda consulta y tratamiento de la información	0.4	100
Debates	2.8	100
Aprendizaje basado en problemas	4	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	9.3	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral participativa

Clases teórico-prácticas

Elaboración y exposición de trabajos

Tutorías

Trabajo autónomo o en grupo

Sesiones de evaluación

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0

NIVEL 2: Estadística II

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
----------------------	----------------------	----------------------

		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estadística Avanzada		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RD1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL3. Capacidad para identificar, analizar, y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con rigor. FBC12. Manejo de programas informáticos para el tratamiento estadístico de datos, la resolución de problemas matemáticos, y AFB02. Conocimiento y comprensión de las técnicas de Inferencia Estadística. Realización de análisis estadísticos de datos, interpretación de los resultados y extracción de conclusiones.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
1. Distribuciones muestrales 2. Estimación puntual y por Intervalos de Confianza 3. Contrastes de hipótesis paramétricos y no paramétricos 4. Análisis de la varianza 5. Análisis de regresión		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		

5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
UAL003 - Capacidad para resolver problemas		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
FBC12 - Adquirir habilidades y dominar herramientas informáticas aplicadas a las diferentes materias		
AFB02 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de la Inferencia Estadística		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	31	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	14	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
5.5 NIVEL 1: Ampliación en Derecho y Empresa		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Derecho II		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Derecho Mercantil y de la Competencia		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RD1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. AFB03. Conocimiento y comprensión de los principios y conceptos básicos del Derecho Mercantil y de la Competencia. Aplicación de estos principios para la resolución de situaciones reales y supuestos en el ámbito económico y empresarial		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Introducción al Derecho Mercantil El empresario La contratación mercantil Derecho de los títulos-valores El derecho de la propiedad industrial e intelectual El derecho de la competencia El derecho concursal		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		

UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
AFB03 - Conocer y saber aplicar los conceptos básicos del Derecho Mercantil y de la Competencia		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	25	100
Seminarios y actividades académicas dirigidas	6	100
Debates	6	100
Estudios de casos	5	100
Evaluación de resultados	3	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
NIVEL 2: Dirección de Empresas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No

ITALIANO		OTRAS	
No		No	
NIVEL 3: Habilidades de dirección y gestión			
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3			
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL	
Obligatoria	6	Cuatrimestral	
DESPLIEGUE TEMPORAL			
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3	
		6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12	
Lenguas en las que se imparte			
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA	
Sí	No	No	
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS	
No	No	Sí	
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS	
No	No	No	
ITALIANO	OTRAS		
No	No		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE			
RD4. La elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio. UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL7. Entender y hacerse entender de manera verbal y escrita usando una lengua diferente a la propia. (Especialmente importante en el proceso de Convergencia Europea por la expansión de la dimensión internacional de las titulaciones). UAL8. Capacidad para pensar y actuar según principios de carácter universal que se basan en el valor de la persona y se dirigen a su pleno desarrollo. AFB04. Capacidad para pensar y actuar según principios de carácter universal que se basan en el valor de la persona y se dirigen a su pleno desarrollo.			
5.5.1.3 CONTENIDOS			
1. El papel y las funciones de la dirección. 2. La ética en los negocios 3. Liderazgo 4. Motivación 5. Dirección de equipos 6. Negociación 7. Comunicación			
5.5.1.4 OBSERVACIONES			
5.5.1.5 COMPETENCIAS			
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES			
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado			
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES			
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)			
UAL007 - Aprendizaje de una lengua extranjera			
UAL008 - Compromiso ético			
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS			

AFB04 - Adquirir y aplicar habilidades para la dirección de las organizaciones		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	23	100
Debates	8	100
Aprendizaje basado en problemas	11	100
Realización de informes y proyectos	1	100
Trabajo en equipo	2	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
5.5 NIVEL 1: Dirección Comercial		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Ampliación de Dirección Comercial		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	

No	No	
NIVEL 3: Productos, marcas y precios		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RD5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. DIC03. Uso de aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de marketing estratégico. DIC04. Diseño e implementación de actividades relacionadas con el producto y el precio.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
1. Concepto y atributos del producto. 2. Innovación y desarrollo de nuevos productos. 3. Concepto y construcción de la marca. Decisiones de estrategia de marca. 4. Métodos y estrategias de fijación de precios		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
DIC03 - Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comercialización.		
DIC04 - Ser capaz de diseñar e implementar actividades relacionadas con el producto y el precio		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	21	100
Proyecciones audiovisuales	3.5	100
Búsqueda consulta y tratamiento de la información	2	100

Debates	4	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	4	100
Sesiones de evaluación	3	100
Demostración de procedimientos específicos	1	100
Trabajo en equipo	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
NIVEL 2: Dirección Comercial		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Planificación de Marketing		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Marketing estratégico		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL5. Es el comportamiento mental que cuestiona las cosas y se interesa por los fundamentos en los que se asientan las ideas, acciones y juicios, tanto propios como ajenos. RD2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio. DIC01. Toma de decisiones relativas a las variables comerciales DIC02. Conocimiento de las etapas de la planificación de marketing. Realización de la planificación de marketing estratégico DIC03. Uso de aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de marketing estratégico.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		

1. Introducción al plan de marketing. 2. Análisis de la situación actual. 3. Auditoría estratégica. 4. Fijación de objetivos y estrategias. 5. Desarrollo de estrategias y programas de marketing. 6. Presupuestación, seguimiento y control del plan de marketing.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)

UAL005 - Capacidad de crítica y autocrítica

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

DIC01 - Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

DIC02 - Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico

DIC03 - Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comercialización.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	26.5	100
Proyecciones audiovisuales	5.5	100
Búsqueda consulta y tratamiento de la información	0.5	100
Debates	11.5	100
Aprendizaje basado en problemas	13	100
Estudios de casos	5	100
Exposición de grupos de trabajo	14.5	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	4.5	100
Demostración de procedimientos específicos	2	100
Trabajo en equipo	7	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral participativa

Clases teórico-prácticas

Elaboración y exposición de trabajos

Tutorías

Trabajo autónomo o en grupo

Sesiones de evaluación

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0

Participación activa del estudiante	0.0	70.0
5.5 NIVEL 1: Análisis e Investigación de Mercados		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Análisis del Consumidor		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Análisis del Consumidor		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

RD1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también
 UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales.
 AIM01. Conocimiento del proceso de decisión de compra del consumidor.
 AIM02. Aplicación del conocimiento sobre el consumidor a la resolución de casos concretos.

5.5.1.3 CONTENIDOS

1. Proceso de decisión de compra del consumidor. 2. Factores externos e internos, 3. Aplicaciones comerciales del análisis del consumidor

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

AIM01 - Ser capaz de analizar y comprender el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.

AIM02 - Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	4.5	100
Búsqueda consulta y tratamiento de la información	4.5	100
Debates	13	100
Estudios de casos	5	100
Exposición de grupos de trabajo	18	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral participativa

Clases teórico-prácticas

Elaboración y exposición de trabajos

Tutorías

Trabajo autónomo o en grupo

Sesiones de evaluación

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0

NIVEL 2: Ampliación de Investigación de Mercados

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER Obligatoria

ECTS NIVEL 2		6
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Ampliación de Investigación de Mercados		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. RD4. La elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio. AIM04. Selección de las técnicas cualitativas más acordes al problema de marketing investigado. . Conocimiento y utilización adecuada de las técnicas cualitativas para la investigación de mercados		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
1. Características y aplicaciones de las técnicas cualitativas en el estudio del consumidor. 2. Dinámicas de grupos: diagnóstico de las necesidades del consumidor. 3. Aplicación de la entrevista abierta: su uso para comprender la cultura de los consumidores. 4. La psicología del consumidor a través de los distintos tipos de observación. 5. Técnicas de grupo nominal, grupo de discusión y Philips 6.6. 6. Técnicas creativas.		

5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
AIM04 - Conocer, relacionar y aplicar adecuadamente los conceptos propios de la metodología cualitativa a la investigación en Marketing		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	13.5	100
Proyecciones audiovisuales	0.5	100
Seminarios y actividades académicas dirigidas	14	100
Exposición de grupos de trabajo	17	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
NIVEL 2: Contabilidad Aplicada a las Decisiones Comerciales		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA

Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Contabilidad Aplicada a las Decisiones Comerciales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimstral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. AIM07. Elaboración e interpretación de estados financieros. AIM08. Aplicación de las técnicas y herramientas de análisis de la realidad empresarial en situaciones concretas		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
1. Introducción al proceso de análisis para comprender el contenido de las Cuentas Anuales y conceptos elementales de análisis de los estados contables que faciliten su interpretación. 2. Estados de flujos económicos y financieros y otros estados. 3. Análisis económico-financiero de la empresa		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
00 - - No hay competencias de esta tipología		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
AIM07 - Conocer los principios y técnicas de la contabilidad necesarios para la formulación de los estados financieros, que sirvan de apoyo a la toma de decisiones comerciales, y ser capaz de elaborar éstos en casos concretos, a partir de información real o simulada		
AIM08 - Conocer las técnicas y herramientas de análisis aplicables a la realidad empresarial.		

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	23	100
Debates	8	100
Estudios de casos	9	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
NIVEL 2: Entorno Económico		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Entorno Económico		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. RD3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética. AIM05. Conocimiento y aplicación de los principales indicadores y agregados económicos nacionales e internacionales AIM06. Conocimiento de los rasgos fundamentales del entorno económico nacional e internacional. Elaboración de un informe de investigación.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
1. Indicadores, agregados y técnicas de análisis económico aplicadas a la realidad económica nacional e internacional. 2. El entorno económico español. 3. El entorno económico internacional		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
AIM05 - Conocer los principales indicadores y agregados económicos nacionales e internacionales		
AIM06 - Conocer y ser capaz de analizar el entorno económico nacional e internacional		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	31	100
Trabajo en equipo	14	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		

Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
NIVEL 2: Investigación de Mercados		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Investigación de mercados		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No

GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Investigación de Mercados Aplicada		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL6. Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones, en contextos tanto nacionales como internacionales UAL3. Capacidad para identificar, analizar, y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con rigor. AIM03. Desarrollo de una investigación de mercados. Elaboración de un informe de investigación. Resolución de situaciones específicas en investigación de mercados. Selección de la técnica de análisis adecuada para la resolución de problemas específicos de investigación de mercados		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
1. La investigación de mercados en la empresa. 2. Proceso de la investigación de mercados. 3. Tratamiento de la Información en Investigación de Mercados. 4. Estudios de mercado aplicados.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
00 - - No hay competencias de esta tipología		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
UAL003 - Capacidad para resolver problemas		
UAL006 - Trabajo en equipo		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
AIM03 - Conocer y ser capaz de desarrollar el proceso de Investigación Comercial.		

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	36	100
Proyecciones audiovisuales	2	100
Búsqueda consulta y tratamiento de la información	8	100
Debates	4	100
Aprendizaje basado en problemas	14	100
Exposición de grupos de trabajo	3	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	4	100
Sesiones de evaluación	3	100
Demostración de procedimientos específicos	4	100
Realización de informes y proyectos	4	100
Trabajo en equipo	1	100
Trabajo de campo	7	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
5.5 NIVEL 1: Comunicación Integrada de Marketing		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Ampliación de Comunicación Integrada de Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Gestión integral de la imagen		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL4. Comprender expresar con claridad y oportunidad las ideas, conocimientos, problemas y soluciones a un público más amplio, especializado o no especializado (y sentimientos a través de la palabra, adaptándose a las características de la situación y la audiencia para lograr su comprensión y adhesión). CIM04. Diseño y gestión de la imagen de la organización y elaboración de un manual de gestión de imagen corporativa		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Gestión integral de la imagen de las organizaciones y marcas.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
00 - - No hay competencias de esta tipología		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
UAL004 - Comunicación oral y escrita en la propia lengua		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		

CIM04 - Ser capaz de diseñar la imagen de la organización y elaborar un manual de gestión de imagen corporativa		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	21	100
Proyecciones audiovisuales	6	100
Búsqueda, consulta y tratamiento de la información	2	100
Debates	8	100
Aprendizaje basado en problemas	1	100
Estudios de casos	3	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	2	100
Trabajo en equipo	2	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
NIVEL 2: Comunicación Integrada de Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No

FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Comunicación de marketing I		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Comunicación de marketing II		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales.

UAL6. Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones, en contextos tanto nacionales como internacionales

RD5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

GIM01. Conocimiento y utilización de las herramientas de comunicación de publicidad, relaciones públicas, gestión de eventos y venta personal

CIM02. Elaboración de un plan de comunicación integrada de marketing

CIM03. Utilización de aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Herramientas de comunicación de marketing tradicionales: publicidad, venta personal, relaciones públicas.
- Herramientas de comunicación de marketing relacionadas con la gestión de las bases de datos: marketing promocional, directo e interactivo.
- Herramientas de comunicación de marketing relacionadas con eventos y el punto de venta: patrocinio, esponsorización, mecenazgo y comunicación en el punto de venta.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)

UAL006 - Trabajo en equipo

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CIM01 - Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.

CIM02 - Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing.

CIM03 - Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	52.5	100
Proyecciones audiovisuales	3.5	100
Seminarios y actividades académicas dirigidas	2	100
Búsqueda consulta y tratamiento de la información	3.6	100
Debates	1	100
Estudios de casos	8.6	100
Exposición de grupos de trabajo	4	100
Sesiones de evaluación	2	100
Realización de informes y proyectos	4.2	100
Trabajo en equipo	8.6	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral participativa

Clases teórico-prácticas

Elaboración y exposición de trabajos

Tutorías

Trabajo autónomo o en grupo

Sesiones de evaluación

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
5.5 NIVEL 1: Distribución Comercial		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Ampliación de Distribución Comercial		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Distribución comercial minorista		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS

No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Logística de la distribución		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL4. Comprender expresar con claridad y oportunidad las ideas, conocimientos, problemas y soluciones a un público más amplio, especializado o no especializado (y sentimientos a través de la palabra, adaptándose a las características de la situación y la audiencia para lograr su comprensión y adhesión). UAL9. Capacidad para diseñar, gestionar y ejecutar una tarea de forma personal. DTC04. Conocimiento de los aspectos esenciales que configuran la gestión de las empresas minoristas, identificación y delimitación de áreas comerciales. DTC05. Diseño de un sistema de logística integral		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
1. Distribución comercial minorista. 2. Logística integral.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
00 - - No hay competencias de esta tipología		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
UAL004 - Comunicación oral y escrita en la propia lengua		
UAL009 - Capacidad para aprender a trabajar de forma autónoma		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
DCT04 - Conocer las formas y tipos de gestión comercial del comercio minorista		
DCT05 - Ser capaz de diseñar sistemas de logística integral		

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	39	100
Proyecciones audiovisuales	4.5	100
Seminarios y actividades académicas dirigidas	0.5	100
Búsqueda, consulta y tratamiento de la información	8	100
Debates	11	100
Estudios de casos	6.5	100
Exposición de grupos de trabajo	8.5	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	5	100
Evaluación de resultados	1	100
Trabajo en equipo	6	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
NIVEL 2: Distribución Comercial		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS

No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Introducción a la Distribución Comercial		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Dirección de ventas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales.
 RD4. La elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
 DTC03. Dirección de equipos de venta en contextos simulados
 DTC01. Diseño de la estructura de un canal de distribución
 DTC02. Detección de problemas en la gestión de los canales y las organizaciones implicadas

5.5.1.3 CONTENIDOS

1. Naturaleza y alcance de la distribución comercial. 2. Canales de distribución. 3. Fundamentos de logística. 4. La fuerza de ventas.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

DTC01 - Ser capaz de diseñar, poner en marcha y gestionar los canales de distribución.

DCT02 - Ser capaz de identificar los problemas relacionados con la gestión de los canales de distribución y de las organizaciones que conforman el sistema comercial.

DCT03 - Ser capaz de gestionar la función de ventas en las organizaciones.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	35	100
Proyecciones audiovisuales	1.5	100
Seminarios y actividades académicas dirigidas	0.5	100
Búsqueda consulta y tratamiento de la información	5.5	100
Debates	22	100
Aprendizaje basado en problemas	3.5	100
Estudios de casos	6	100
Exposición de grupos de trabajo	7.5	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	4	100
Trabajo en equipo	4.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral participativa

Clases teórico-prácticas

Elaboración y exposición de trabajos

Tutorías

Trabajo autónomo o en grupo

Sesiones de evaluación

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0

Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
5.5 NIVEL 1: Marketing Sectorial		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Marketing Sectorial		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Marketing No Lucrativo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No

ITALIANO		OTRAS	
No		No	
NIVEL 3: Marketing Internacional			
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3			
CARÁCTER		ECTS ASIGNATURA	
Obligatoria		6	
DESPLIEGUE TEMPORAL			
ECTS Cuatrimestral 1		ECTS Cuatrimestral 2	
ECTS Cuatrimestral 4		ECTS Cuatrimestral 5	
ECTS Cuatrimestral 7		ECTS Cuatrimestral 8	
6			
ECTS Cuatrimestral 10		ECTS Cuatrimestral 11	
		ECTS Cuatrimestral 12	
Lenguas en las que se imparte			
CASTELLANO		CATALÁN	
Sí		No	
GALLEGO		VALENCIANO	
No		No	
FRANCÉS		ALEMÁN	
No		No	
ITALIANO		OTRAS	
No		No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE			
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL3. Capacidad para identificar, analizar, y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con rigor. UAL8. Capacidad para pensar y actuar según principios de carácter universal que se basan en el valor de la persona y se dirigen a su pleno desarrollo. MAS01. Valoración y caracterización del potencial de cada mercado y sus posibilidades de proyección para las empresas. MAS02. Definición de objetivos comerciales. Desarrollo e implementación de las estrategias y políticas de marketing en ámbitos de actividad específicos.			
5.5.1.3 CONTENIDOS			
- Marketing no lucrativo - Marketing internacional			
5.5.1.4 OBSERVACIONES			
5.5.1.5 COMPETENCIAS			
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES			
00 - - No hay competencias de esta tipología			
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES			
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)			
UAL003 - Capacidad para resolver problemas			
UAL008 - Compromiso ético			
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS			
MAS01 - Ser capaz de analizar, evaluar y caracterizar los distintos tipos de mercados de la organización.			
MAS02 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.			
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS			

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	39.5	100
Búsqueda consulta y tratamiento de la información	3	100
Debates	12.5	100
Estudios de casos	6	100
Sesiones de evaluación	6	100
Demostración de procedimientos específicos	10	100
Evaluación de resultados	6	100
Trabajo en equipo	7	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
5.5 NIVEL 1: Organización de Empresas		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Ampliación de Organización de Empresas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No

FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Gestión de Recursos Humanos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. RD3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética. OEM03. Elaboración de una ficha de descripción de un puesto del área comercial de la empresa. Análisis crítico del plan de formación de la fuerza de ventas. 3. Diseño de un plan de retribución		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
1. La gestión de los recursos humanos: concepto y objetivos. 2. El papel estratégico de la gestión de recursos humanos. 3. Los procesos de gestión de recursos humanos. 4. La gestión de recursos humanos aplicada a la fuerza de ventas. 5. Nuevas tendencias en gestión de recursos humanos.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
OEM03 - Capacidad para diseñar y gestionar políticas de recursos humanos aplicadas a la fuerza de ventas		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	24	100
Debates	7	100

Estudios de casos	5	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	4	100
Trabajo en equipo	5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
NIVEL 2: Organización de Empresas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Organización de Empresas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RD2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio. UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. OEM01. Conocimiento y aplicación de los principios de diseño organizativo para formular propuestas sobre la mejor manera de organizar las actividades de la empresa y las relaciones con otras organizaciones del entorno. OEM02. Diseño de un plan estratégico, a partir del análisis externo e interno, incluyendo objetivos, metas, estrategias, políticas, implementación y control. Análisis crítico de un plan de innovación. Aplicación de herramientas técnicas e informáticas de apoyo a la implantación y control de la estrategia.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
1. Análisis estratégico y valoración de recursos y capacidades de la organización. 2. Diseño organizativo e implementación de la estrategia. 3. Control estratégico. 4. Innovación como fuente de ventaja competitiva. 5. Competencia y colaboración en redes y acuerdos entre empresas, clusters geográficos y distritos industriales.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
OEM01 - Comprender los límites, las dinámicas del mercado y la organización interna de las organizaciones.		
OEM02 - Conocer y ser capaz de analizar los procesos de dirección de empresas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	31	100
Estudios de casos	14	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		

Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
5.5 NIVEL 1: Métodos Cuantitativos		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Análisis Estadístico de Datos		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Análisis Estadístico de Datos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA

Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales.
RD5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
MEC02. Dominio de programas informáticos que faciliten la aplicación de los métodos cuantitativos en el ámbito empresarial y del marketing
MEC01. Conocimiento, comprensión y aplicación de métodos cuantitativos en el ámbito del marketing para el estudio de fenómenos de tipo empresarial. Realización de análisis descriptivos multivariantes de datos y extracción de conclusiones.

5.5.1.3 CONTENIDOS

1. Técnicas de exploración de datos. 2. Métodos de reducción de datos cuantitativos. 3. Métodos de reducción. 4. Técnicas de análisis de la dependencia. 5. Métodos de clasificación.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

MEC01 - Conocer y ser capaz de aplicar las herramientas básicas de naturaleza cuantitativa para el diagnóstico y análisis empresarial.
MEC02 - Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	31	100
Estudios de casos	7	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	7	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral participativa
Clases teórico-prácticas
Elaboración y exposición de trabajos
Tutorías
Trabajo autónomo o en grupo
Sesiones de evaluación

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0

Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
5.5 NIVEL 1: Optatividad		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Comercio Electrónico		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Comercio Electrónico		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No

ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL3. Capacidad para identificar, analizar, y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con rigor. RD2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio. OPT01. Conocimiento y resolución de problemas relacionados con el comercio electrónico		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Comercio electrónico		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
UAL003 - Capacidad para resolver problemas		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
OPT01 - Conocer los aspectos destacados del comercio electrónico y ser capaz de resolver problemas relacionados con él		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	20.5	100
Seminarios y actividades académicas dirigidas	2	100
Debates	8.5	100
Aprendizaje basado en problemas	5	100
Realización y resolución de ejercicios y problemas	7	100
Sesiones de evaluación	2	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral participativa		
Clases teórico-prácticas		
Elaboración y exposición de trabajos		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0

Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
NIVEL 2: Gestión de las Relaciones con los Clientes		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Gestión de la relación con los clientes		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	

No	No
LISTADO DE MENCIONES	
No existen datos	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL2. Utilizar las Técnicas de Información y Comunicación (TICs) como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, para el aprendizaje, la investigación y el trabajo cooperativo. UAL3. Capacidad para identificar, analizar, y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con rigor. OPT02. Resolución de problemas relacionados con la gestión de clientes/socios en las organizaciones mediante la utilización de las TICs	
5.5.1.3 CONTENIDOS	
1. Marketing de relaciones. 2. Gestión de las Relaciones con los clientes. 3. Inteligencia de Negocio 4. Sistemas de información que proporcionan soporte al CRM.	
5.5.1.4 OBSERVACIONES	
5.5.1.5 COMPETENCIAS	
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES	
00 - - No hay competencias de esta tipología	
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES	
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)	
UAL002 - Habilidad en el uso de las TIC	
UAL003 - Capacidad para resolver problemas	
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS	
OPT02 - Ser capaz de resolver problemáticas asociadas a la gestión de clientes/asociados	
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS	
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Clase magistral participativa	11
Proyecciones audiovisuales	4
Seminarios y actividades académicas dirigidas	2
Búsqueda consulta y tratamiento de la información	3
Debates	15
Estudios de casos	2
Exposición de grupos de trabajo	6
Trabajo en equipo	2
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES	
Clase magistral participativa	
Clases teórico-prácticas	
Elaboración y exposición de trabajos	
Tutorías	
Trabajo autónomo o en grupo	
Sesiones de evaluación	
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN	
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0
	70.0

Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
5.5 NIVEL 1: Proyección Profesional		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Creación de Empresas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Creación de Empresas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No

ITALIANO		OTRAS	
No		No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE			
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL8. Capacidad para pensar y actuar según principios de carácter universal que se basan en el valor de la persona y se dirigen a su pleno desarrollo. UAL10. Respetar los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, los Derechos Humanos, los valores de una cultura de paz y democráticos, los principios medioambientales y de cooperación al desarrollo que promuevan un compromiso ético en una sociedad global, intercultural, libre y justa. RD2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio. RD5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. PRP01. Analizar el papel del emprendedor y la innovación en la actividad empresarial, económica y social, y adquirir las nociones y habilidades básicas para poner en marcha un nuevo proyecto empresarial.			
5.5.1.3 CONTENIDOS			
1. La figura del emprendedor. 2. Identificación de las ideas empresariales. 3. Elaboración del Plan de Negocios Integral. 4. El proceso de creación y puesta en marcha de empresas. 5. Captación de socios, colaboradores y búsqueda de recursos. Los programas institucionales de apoyo al emprendimiento 6. Principios éticos de la actividad empresarial			
5.5.1.4 OBSERVACIONES			
5.5.1.5 COMPETENCIAS			
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES			
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio			
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía			
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES			
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)			
UAL008 - Compromiso ético			
UAL010 - Competencia social y ciudadanía global			
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS			
PRP01 - Comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como de la ética empresarial			
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS			
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD	
Clase magistral participativa	8	100	
Proyecciones audiovisuales	3.5	100	
Debates	9.5	100	
Estudios de casos	7	100	
Exposición de grupos de trabajo	6	100	
Realización y resolución de ejercicios y problemas	2	100	
Sesiones de evaluación	4	100	
Trabajo en equipo	5	100	
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES			
Clase magistral participativa			
Clases teórico-prácticas			
Elaboración y exposición de trabajos			

Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Sesiones de evaluación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0
NIVEL 2: Formación Práctica		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Juego de Empresa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA

Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Documentación y gestión administrativa de la empresa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL2. Utilizar las Técnicas de Información y Comunicación (TICs) como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, para el aprendizaje, la investigación y el trabajo cooperativo." UAL5. Es el comportamiento mental que cuestiona las cosas y se interesa por los fundamentos en los que se asientan las ideas, acciones y juicios, tanto propios como ajenos. UAL6. Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones, en contextos tanto nacionales como internacionales UAL9. Capacidad para diseñar, gestionar y ejecutar una tarea de forma personal. PRP01. Analizar el papel del emprendedor y la innovación en la actividad empresarial, económica y social, y adquirir las nociones y habilidades básicas para poner en marcha un nuevo proyecto empresarial. PRP02. Aplicar los conocimientos teóricos para la propuesta en grupo de decisiones coherentes e interrelacionadas de los diferentes ámbitos de la empresa en un contexto real o en un modelo de simulación empresarial. Conocer y aplicar las herramientas de gestión y administración empresarial comúnmente utilizadas en una empresa u otro tipo de organización.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
- Introducción a los simuladores empresariales - Funcionamiento del software de juego de empresa - La evaluación del rendimiento empresarial - Análisis de la incidencia de las decisiones empresariales adoptadas en grupo con el simulador en el rendimiento empresarial. - Aspectos fundamentales de la documentación administrativa de la empresa. - El software de gestión y documentación administrativa de la empresa.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
Dentro de este módulo se ofertan las Prácticas Externas del Grado. Con carácter subsidiario, se detalla una materia obligatoria* que el alumno deberá cursar en defecto de las mismas.		

Prerrequisito: En caso de ofertarse la materia, no cursar Prácticas en Empresas.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)

UAL002 - Habilidad en el uso de las TIC

UAL005 - Capacidad de crítica y autocrítica

UAL006 - Trabajo en equipo

UAL009 - Capacidad para aprender a trabajar de forma autónoma

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

PRP01 - Comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como de la ética empresarial

PRP02 - Realizar actividades dirigidas a la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de este perfil de estudios

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase magistral participativa	40	100
Seminarios y actividades académicas dirigidas	5	100
Búsqueda consulta y tratamiento de la información	5	100
Trabajo en equipo	40	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral participativa

Clases teórico-prácticas

Elaboración y exposición de trabajos

Tutorías

Trabajo autónomo o en grupo

Sesiones de evaluación

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas finales (escritas u orales)	30.0	70.0
Pruebas, ejercicios y problemas	0.0	70.0
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	70.0
Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)	0.0	70.0
Participación activa del estudiante	0.0	70.0

NIVEL 2: Prácticas en Empresas

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Prácticas en Empresas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Prácticas Externas	12	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL5. Es el comportamiento mental que cuestiona las cosas y se interesa por los fundamentos en los que se asientan las ideas, acciones y juicios, tanto propios como ajenos. UAL9. Capacidad para diseñar, gestionar y ejecutar una tarea de forma personal. RD2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio. RD4. La elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio. RD5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.		

PRP02. Aplicar los conocimientos teóricos para la propuesta en grupo de decisiones coherentes e interrelacionadas de los diferentes ámbitos de la empresa en un contexto real o en un modelo de simulación empresarial. Conocer y aplicar las herramientas de gestión y administración empresarial comúnmente utilizadas en una empresa u otro tipo de organización.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Observar y ejercitarse en las actividades propias de la empresa/institución relacionada con el contenido del grado:

- Fijación de objetivos de las prácticas.
- Metodología y plan de trabajo.
- Seguimiento y evaluación.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Prerrequisito: Haber superado el 50% de los créditos del grado (120 créditos).

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)

UAL005 - Capacidad de crítica y autocrítica

UAL009 - Capacidad para aprender a trabajar de forma autónoma

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

PRP02 - Realizar actividades dirigidas a la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de este perfil de estudios

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Trabajo de campo	240	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Tutorías

Realización de prácticas externas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.	0.0	50.0
Informe de tutor	0.0	70.0

NIVEL 2: Trabajo Fin de Grado

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Trabajo Fin de Grado		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado y Máster	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
UAL1. Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL4. Comprender expresar con claridad y oportunidad las ideas, conocimientos, problemas y soluciones a un público más amplio, especializado o no especializado (y sentimientos a través de la palabra, adaptándose a las características de la situación y la audiencia para lograr su comprensión y adhesión). UAL7. Entender y hacerse entender de manera verbal y escrita usando una lengua diferente a la propia. (Especialmente importante en el proceso de Convergencia Europea por la expansión de la dimensión internacional de las titulaciones). RD1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia RD2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio RD3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética. RD4. La elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio RD5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. PRP03. Elaboración y defensa del trabajo fin de grado, acreditando la capacidad para fundamentar, razonar y aplicar los conocimientos adquiridos.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Presentación y defensa de un trabajo de fin de grado, consistente en un ejercicio de integración de los contenidos formativos recibidos y las competencias adquiridas		

5.5.1.4 OBSERVACIONES		
Prerrequisito: Haber superado 210 créditos del Grado, incluido el Módulo de "Formación Básica" en Ciencias Económicas y Empresariales.		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
UAL001 - Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)		
UAL004 - Comunicación oral y escrita en la propia lengua		
UAL007 - Aprendizaje de una lengua extranjera		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
PRP03 - Presentación y defensa de un proyecto de fin de grado		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Realización de informes y proyectos	45	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Tutorías		
Trabajo autónomo o en grupo		
Redacción y defensa de un Trabajo Fin de Grado		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Informe de tutor	0.0	70.0
Defensa pública de Trabajo Final de Grado	30.0	100.0

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad de Almería	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	26.1	16.7	0
Universidad de Almería	Profesor Contratado Doctor	13	100	0
Universidad de Almería	Profesor colaborador Licenciado	17.4	0	0
Universidad de Almería	Profesor Titular de Escuela Universitaria	21.7	0	0
Universidad de Almería	Catedrático de Universidad	4.4	100	0
Universidad de Almería	Profesor Titular de Universidad	13	0	0
Universidad de Almería	Ayudante	4.4	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 %
25	45	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		
8.2 Progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes El Consejo de Gobierno de la universidad de Almería, en sesión celebrada el 17/06/08, aprobó la normativa "Competencias Genéricas de la universidad de Almería". En este documento se relacionan un conjunto de competencias a desarrollar por todos los alumnos de nuestra universidad y asociadas a ellas un conjunto de indicadores, que a modo de ejemplo, se sugieren para la evaluación de los resultados de aprendizaje. Los resultados de aprendizaje de las competencias específicas, se reflejan en el punto 5 de esta memoria En los términos previstos por sus Estatutos (aprobados por el Decreto 343/2003 de 9 de diciembre, BOJA Núm. 247 de 24 de diciembre de 2003) la Universidad de Almería tiene previsto un sistema de evaluación y seguimiento de sus estudios: Artículo 170. Evaluación de la calidad. Sin perjuicio de la preceptiva evaluación por parte de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación del desarrollo efectivo de las enseñanzas, prevista en el artículo 35.5 de la Ley Orgánica de Universidades, tras el período de implantación de un plan de estudios, la Universidad de Almería, en el marco de sus actuaciones tendientes a la evaluación de la calidad y mejora de sus enseñanzas, implantará sistemas específicos de evaluación de la calidad de los planes de estudios. Asimismo, en las facultades y escuelas se crearán comisiones encargadas de la evaluación de los planes de estudios y de proponer, en su caso, la actualización de los mismos para garantizar su adecuación a las demandas sociales. Necesariamente formarán parte de dichas comisiones los vicedecanos y subdirectores que tengan asignadas competencias al respecto. 2. Para una mejora de la calidad en la docencia la Universidad potenciará la formación y el perfeccionamiento docente de su profesorado y fomentará la incorporación de nuevas técnicas y métodos educativos. Artículo 212. Evaluación y mejora de la calidad. La Universidad de Almería establecerá los medios y estructuras necesarios para la evaluación y mejora de la calidad de la actividad universitaria, al objeto de alcanzar cotas de calidad en los ámbitos docente, investigador y de gestión. En los nuevos Titulos, el progreso y los resultados del aprendizaje de los estudiantes están ligados a la consecución de una serie de competencias transversales, generales del Titulo y específicas de los módulos y/o materias. Así, los indicadores de rendimiento referidos en el apartado anterior y acerca de los cuales es preciso establecer un procedimiento de seguimiento, están íntimamente relacionados con la adquisición de, al menos, un número mínimo concreto de competencias. Con el fin de dar cumplimiento a este requisito, la Universidad de Almería ha desarrollado un procedimiento general que evalúa las competencias genéricas (transversales) de la UAL (aprobadas por Consejo de Gobierno en sesión celebrada el 17/06/08), las competencias generales del Titulo y las competencias específicas del módulo/materia (ver tablas 1, 2, y 3) a aplicar en tres momentos distintos (ver figura 1 y tabla 4) que se adjunta): 1. Ex-Ante: determinación de las competencias iniciales mínimas requeridas, no sujeta a calificaciones pero que permite a los docentes conocer los niveles competenciales de partida de los alumnos (información útil para el profesorado y para los propios estudiantes) en una materia concreta con el propósito de reorientar el proceso de planificación y aprendizaje-enseñanza (insistir más en aquellos aspectos más deficitarios). 2. Durante (al final de las materias o módulos): con una finalidad específicamente "formativa". Las competencias reflejadas en las guías docentes serán evaluadas por el profesor para orientar al alumno en su proceso de aprendizaje o por el propio alumnado mediante los ejercicios de autoevaluación, 3. Ex-Post: El trabajo de Fin de Grado, supervisado por un Tutor, permite al alumno desarrollar las capacidades de escritura, argumentación, análisis y exposición pública, fundamentales para los perfiles profesionales del Titulo.		

En el caso del "Trabajo Fin de Grado", la evaluación se hará a partir de los siguientes puntos:

1. Seguimiento continuado del Profesor Tutor y visto bueno final del trabajo.
2. Evaluación del Trabajo por una comisión integrada por Profesores especialistas en el campo de estudio del que se trate.
3. El Trabajo Fin de Grado, permitirá al alumno desarrollar las capacidades de escritura, análisis y exposición pública fundamentales para los perfiles profesionales del Título.

Las tasas de graduación, abandono y eficiencia estimadas sobre la base de una ponderación racional de los años anteriores, deberán verificarse mediante la propia consecución de las competencias, genéricas de la Universidad y específicas del Título y de los módulos que lo integran. El procedimiento a seguir se sintetiza en la siguiente figura. Figura 1. Distribución temporal de la evaluación de las competencias. Para la medida del progreso y los resultados del aprendizaje de los estudiantes del Título a través de la evaluación de las competencias se podrán utilizar los modelos de sistemas de recogida de información que se presentan en las tablas 1 a 4, y que serán remitidos a las Comisiones de Calidad de cada Título quienes estudiarán su viabilidad, posible adaptación y aplicación. Tabla 1. Competencias transversales de la UAL

Nº	Competencia	Respuesta a las cuestiones genéricas de la evaluación				
		Cuándo	Qué	Cómo	Dónde	Quién
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Tabla 2. Competencias genéricas del Título

Nº	Competencia	Respuesta a las cuestiones genéricas de la evaluación				
		Cuándo	Qué	Cómo	Dónde	Quién
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Tabla 3. Competencias específicas de los módulos

Nº	Competencia	Respuesta a las cuestiones genéricas de la evaluación				
		Cuándo	Qué	Cómo	Dónde	Quién
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Tabla 4. Modelo de ficha para la evaluación de las Competencias

Aspectos a evaluar	Evaluación Ex - ante	Evaluación durante el desarrollo del Plan de Estudios	Evaluación Ex - post
Procedimientos de evaluación			
Ubicación de la evaluación en la planificación de las enseñanzas			
Responsables de la evaluación			

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE <http://cms.ual.es/UAL/estudios/grados/calidad/GRADO6710>

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN

CURSO DE INICIO 2010

Ver Apartado 10: Anexo 1.

10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

10.2 Procedimiento de adaptación en su caso de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios

Procedimiento

Los alumnos del actual Título de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado, podrán optar por:

- Finalizar los estudios de Licenciado en Investigación Técnicas de Mercado, que se extinguirá progresivamente, según la normativa establecida por la Universidad de Almería.
- Adaptarse al Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Para ello, se establecerá un cuadro de adaptaciones preciso. Dado que en el punto 5 de esta memoria se incluye un listado de las asignaturas que integran el plan de estudios del Grado, las adaptaciones se realizarán a nivel de asignatura.

Acuerdo del Consejo de Gobierno de 23 de noviembre de 2012, por el que se aprueba la Normativa de Extinción de las Enseñanzas de Titulaciones Oficiales de la Universidad de Almería.

TABLA DE ADAPTACIÓN POR MATERIAS	
Título de grado en Marketing e Investigación de Mercados	Plan antiguo. Investigación y Técnicas de Mercado (asignaturas)
Dirección comercial	Mercadotecnia II
	Mercadotecnia III
Ampliación de dirección comercial	Innovación y nuevos productos
Análisis del consumidor	Psicosociología del consumo
Investigación de mercados	Investigación de mercados I
	Investigación de mercados II
Entorno económico	Economía española
Marketing sectorial	Marketing internacional
	Marketing no empresarial
Organización de empresas	Administración de empresas
	Dirección estratégica
Análisis estadístico de datos	Métodos estadísticos multivariantes

En Consejo de Gobierno, de fecha 29 de octubre de 2010, se modificó y adaptó la tabla de Convalidación por asignaturas:

Tabla de adaptación por asignaturas (UAL)	
ITM	GRADO MKE INV
Mercadotecnia I: Marketing	Introducción al marketing
Mercadotecnia II: Gestión de Marketing	Planificación de marketing
Mercadotecnia III: Estrategias de Marketing	Marketing estratégico
Innovación y nuevos productos	Productos, marcas y precios
Psicosociología del consumo	Análisis del consumidor
Investigación de mercados I	Investigación de mercados
Investigación de mercados II	Investigación de mercados aplicada
Economía española	Entorno económico
Mercadotecnia IV: Comunicación Integrada de Marketing	Comunicación de marketing I
Logística de la distribución	Logística de la distribución
Marketing internacional	Marketing internacional
Marketing no empresarial	Marketing no lucrativo
Métodos estadísticos multivariantes	Análisis estadístico de datos
Administración de empresas	Gestión de Recursos Humanos
Dirección estratégica	Organización de Empresas
Estadística aplicada	Créditos optativos
Espacio económico europeo	Créditos optativos
Regulación jurídica del mercado	Créditos optativos
Economía de las organizaciones	Créditos optativos
Sistemas de información contable aplicados a las decisiones comerciales	Créditos optativos

En el Consejo de Gobierno, de fecha 29 de octubre de 2010, se aprobaron las siguientes Tablas de Convalidación:

TÍTULO DE DIPLOMADO EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES à RESTO DE GRADOS

Plan DCE	Grado MKE INV	Grado Economía	Grado ADE
Historia Económica (60007310), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos
Introducción al Derecho y Derecho del Trabajo (60001106), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos
Estadística (60001104), 12 créditos	Estadística (63101103), 6 créditos + Estadística Avanzada (63102202), 6 créditos	Estadística (63101103), 6 créditos + Estadística Avanzada (63102202), 6 créditos	Estadística (63101103), 6 créditos + Estadística Avanzada (63102202), 6 créditos
Economía Española y Mundial (60001102), 6 créditos		Economía Española (63102210), 6 créditos	

Economía Española y Mundial (60001102), 6 créditos + Economía Mundial (60007307), 6 créditos			Economía Española (62102213), 6 créditos + Economía Mundial (62103214), 6 créditos
Matemáticas (60001107), 6 créditos	Matemáticas (63101104), 6 créditos	Matemáticas (63101104), 6 créditos	Matemáticas (63101104), 6 créditos
Métodos de optimización para la economía (60007312), 6 créditos			Métodos Cuantitativos (62102205), 6 créditos
Matemáticas (60001107), 6 créditos + Métodos de optimización para la economía (60007312), 6 créditos		Matemáticas (63101104), 6 créditos + Matemáticas Avanzadas (63102205), 6 créditos	
Organización de empresas (60001109), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos
Contabilidad Financiera (60001101), 12 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos + Contabilidad Intermedia I (62102215), 6 créditos
Dirección Comercial (60002102), 12 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos + Productos, marcas y precios (67102207), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos + Dirección de Marketing (62103224), 6 créditos
Economía Política (60001103), 9 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos
Derecho Mercantil y Derecho Fiscal (60002101), 6 créditos	Derecho Mercantil y de la Competencia (63102203), 6 créditos	Derecho Mercantil y de la Competencia (63102203), 6 créditos	Derecho Mercantil y de la Competencia (63102203), 6 créditos
Análisis Contable (60007301), 6 créditos	Contabilidad aplicada a las decisiones comerciales (67102213), 6 créditos		Contabilidad Avanzada (62103218), 6 créditos
Estados Contables (60002202), 6 créditos			Contabilidad Intermedia II (62102216), 6 créditos
Contabilidad de Costes (60003101), 12 créditos			Control de Gestión (62103217), 6 créditos
Dirección Financiera (600002104), 12 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos + Economía Financiera (63103225), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos + Dirección Financiera I. Financiación (60103216), 6 créditos
Dirección de Empresas (600002103), 6 créditos	Habilidades de Dirección y Gestión (63102204), 6 créditos	Habilidades de Dirección y Gestión (63102204), 6 créditos	Habilidades de Dirección y Gestión (63102204), 6 créditos
Régimen fiscal de la empresa (60003204), 6 créditos		Sistema Fiscal (63103209), 6 créditos	Fiscalidad Empresarial (62104206) 6 créditos
Distribución Comercial (60003202), 6 créditos	Introducción a la Distribución Comercial (67103217), 6 créditos		
Economía Mundial (60007307), 6 créditos	Entorno Económico (63102208), 6 créditos	Economía Mundial (63102212), 6 créditos	Economía Mundial (63102212), 6 créditos
Economía de la Unión Europea (60007304), 4,5 créditos		Economía de la Unión Europea (63103224), 6 créditos	
Economía Agraria (60007306), 6 créditos		Economía Agraria (63102220), 6 créditos	
Dirección de Operaciones (60003201), 6 créditos			Dirección de Operaciones I (62103224), 6 créditos

TÍTULO DE DIPLOMADO EN TURISMO à RESTO DE GRADOS

Plan Turismo	Grado FYCO	Grado MKeINV	Grado Economía	Grado ADE
Historia del Turismo (64021201), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos
Introducción al Derecho y Derecho del Consumo (64021104), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos
Introducción a la economía (64021103), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos
Organización y Gestión de empresas (64022108), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos
Contabilidad (64021101), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos
Introducción al Marketing Turístico (64022104), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos
Gestión Financiera (64023201), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos
Gestión de Recursos Humanos (64023102), 6 créditos		Gestión de Recursos Humanos (67103224), 6 créditos		Organización y Gestión de los Recursos Humanos (62103209), 6 créditos
Operaciones y procesos de producción (64022107), 6 créditos				Dirección de Operaciones I (62103210), 6 créditos
Estructura de mercados (64022101), 6 créditos	Microeconomía (64101109), 6 créditos	Microeconomía (64101109), 6 créditos	Microeconomía (64101109), 6 créditos	Microeconomía (64101109), 6 créditos

TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS à RESTO DE GRADOS

Plan LADE	Grado FYCO	Grado MKeINV	Grado Economía
Introducción a la Contabilidad (62001103), 9 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos

Introducción a la Estadística (62001106), 9 créditos	Estadística (63101103), 6 créditos	Estadística (63101103), 6 créditos	Estadística (63101103), 6 créditos
Estadística (62002104), 9 créditos	Estadística Avanzada (63102202), 6 créditos	Estadística Avanzada (63102202), 6 créditos	Estadística Avanzada (63102202), 6 créditos
Matemáticas (62001107), 12 créditos	Matemáticas (63101104), 6 créditos	Matemáticas (63101104), 6 créditos	Matemáticas (63101104), 6 créditos
Matemáticas (62001107), 12 créditos + Métodos de optimización para la economía (60007312), 6 créditos			Matemáticas (63101104), 6 créditos + Matemáticas Avanzadas (63102205), 6 créditos
Derecho de la Empresa (62001101), 9, 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos
Derecho Mercantil (62002201), 6 créditos	Derecho Mercantil y de la Competencia (63102203), 6 créditos	Derecho Mercantil y de la Competencia (63102203), 6 créditos	Derecho Mercantil y de la Competencia (63102203), 6 créditos
Introducción a la Economía I (62001104), 6 créditos 2º: Introducción a la Economía II (62001105), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos
Microeconomía (62002106), 6 créditos	Microeconomía (64101109), 6 créditos	Microeconomía (64101109), 6 créditos	Microeconomía (64101109), 6 créditos
Macroeconomía (62003101), 6 créditos	Macroeconomía (63102201), 6 créditos	Macroeconomía (63102201), 6 créditos	Macroeconomía (63102201), 6 créditos
Economía financiera (62003204), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos		
Matemática Financiera (62001201), 6 créditos	Matemáticas de las Operaciones Financieras (60102214), 6 créditos		
Economía Financiera (62003204), 6 créditos + Matemática Financiera (62001201), 6 créditos		Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos
Economía y Organización de la Empresa (62001102), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos
Fundamentos de Marketing (62002105), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos
Historia Económica (60007310), 6 créditos 2º: Historia de la Empresa (62003206), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos
Dirección de Empresas (62002102), 6 créditos	Habilidades de Dirección y Gestión (63102204), 6 créditos	Habilidades de Dirección y Gestión (63102204), 6 créditos	Habilidades de Dirección y Gestión (63102204), 6 créditos
Contabilidad Financiera (62002101), 6 créditos + Ampliación de Contabilidad Financiera (62007301), 6 créditos	Contabilidad Financiera (60001101), 12 créditos		
Economía Española y Mundial (62002103), 12 créditos		Entorno Económico (67102212), 6 créditos	Economía Española (62102213), 6 créditos + Economía Mundial (62103214), 6 créditos
Mercados Financieros (62005203), 6 créditos	Instrumentos y Mercados Financieros (60102219), 6 créditos		
Análisis Contable (62004101), 9 créditos	Estados Financieros I. Elaboración (60103212), 6 créditos + Estados Financieros II. Análisis (60104213), 6 créditos	Contabilidad Aplicada a las Decisiones Comerciales (67102213), 6 créditos	
Contabilidad de Costes (62003201), 6 créditos	Contabilidad de Costes (60102210), 6 créditos		
Contabilidad de Gestión (62007303), 6 créditos	Control Directivo (63103211), 6 créditos		
Dirección Financiera (600002104), 12 créditos	Dirección Financiera I. Financiación (60103216), 6 créditos + Dirección Financiera II. Inversión (60103217), 6 créditos		Economía Financiera (63103225), 6 créditos
Investigación de Mercados (62008313), 6 créditos		Investigación de mercados (67103209), 6 créditos	
Organización y Gestión de los Recursos Humanos (62004201), 6 créditos		Gestión de Recursos Humanos (67103214), 6 créditos	
Dirección de Marketing (62004103), 6 créditos		Productos, Marcas y Precios (67102207), 6 créditos	
Marketing Estratégico (62004106), 6 créditos		Marketing Estratégico (67104206), 6 créditos	
Dirección Estratégica y Política de Empresa (62005101), 12 créditos	Estrategia Corporativa (60104223), 6 créditos		
Política Fiscal de la Empresa (62003207), 6 créditos			Sistema Fiscal (63103209), 6 créditos
Proyecto Empresarial (62958319), 6 créditos	Creación de Empresas (63104226), 6 créditos	Creación de Empresas (63104226), 6 créditos	Creación de Empresas (63104226), 6 créditos
Economía del Sector Público (62003203), 6 créditos			Economía del Sector Público (63102208), 6 créditos
Fiscalidad Internacional (62007304), 4,5 créditos			Sistema Fiscal Español y Comparado (63103218), 6 créditos
Operaciones Bancarias y del Mercado Financiero (62007306), 6 créditos	Operaciones Financieras Avanzadas (60103221), 6 créditos		
Consolidación Contable (62004102), 6 créditos	Consolidación de Estados Financieros (60103208), 6 créditos		
Econometría (62004105), 9 créditos			Econometría I (63103206), 6 créditos + Econometría II (63103207), 6 créditos
Comportamiento del Consumidor (62005201), 6 créditos		Análisis del Consumidor (67102208), 6 créditos	
Economía Industrial (62005202), 9 créditos			Economía Industrial (63104214), 6 créditos
Ampliación de Macroeconomía (62008304), 6 créditos			Modelos Macroeconómicos (63103215), 6 créditos
Ampliación de Microeconomía (62008305), 6 créditos			Microeconomía II (63103213), 6 créditos
Comunicación Comercial (62008307), 6 créditos		Comunicación de Marketing I (67103214), 6 créditos	
Economía Agraria (60007306), 6 créditos			Economía Agraria (63102220), 6 créditos

Economía Internacional (62008310), 6 créditos			Economía y Comercio Internacional (63104217), 6 créditos
Juego de Empresa (62008314), 6 créditos	Juego de Empresa (63104229), 6 créditos	Juego de Empresa (63104229), 6 créditos	Juego de Empresa (63104229), 6 créditos
Auditoría Contable (62008306), 6 créditos	Auditoría Financiera (60104209), 6 créditos		

En el Consejo de Gobierno, de fecha 29 de octubre de 2010, se aprobó también la siguiente Tabla de Adaptación:

LICENCIADO EN INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO A GRADO DE MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

	MEMORIA		NUEVA PROPUESTA	
	ITM	GRADO MKEINV	ITM	GRADO MKE INV
x	Mercadotecnia I	Introducción al marketing (63101108), 6 créditos	Mercadotecnia I: Marketing (67061105), 6 créditos	Introducción al marketing (63101108), 6 créditos
x	Mercadotecnia II	Planificación de marketing (67102205), 6 créditos	Mercadotecnia II: Gestión de Marketing (67061106), 6 créditos	Planificación de marketing (67102205), 6 créditos
X	Mercadotecnia III	Marketing estratégico (67104206), 6 créditos	Mercadotecnia III: Estrategias de Marketing (67062102), 6 créditos	Marketing estratégico (67104206), 6 créditos
	Innovación y nuevos productos (67062202), 4,5 créditos	Productos, marcas y precios (67102207), 6 créditos	Innovación y nuevos productos (67062202), 4,5 créditos	Productos, marcas y precios (67102207), 6 créditos
	Psicosociología del consumo (67061107), 4,5 créditos	Análisis del consumidor (67102208), 6 créditos	Psicosociología del consumo (67061107), 4,5 créditos	Análisis del consumidor (67102208), 6 créditos
	Investigación de mercados I (67061103), 6 créditos	Investigación de mercados (67103209), 6 créditos	Investigación de mercados I (67061103), 6 créditos	Investigación de mercados (67103209), 6 créditos
	Investigación de mercados II (67061104), 4,5 créditos	Investigación de mercados aplicada (67104210), 6 créditos	Investigación de mercados II (67061104), 4,5 créditos	Investigación de mercados aplicada (67104210), 6 créditos
	Economía española (67061102), 6 créditos	Entorno económico (67102212), 6 créditos	Economía española (67061102), 6 créditos	Entorno económico (67102212), 6 créditos
x	Mercadotecnia IV	Comunicación de marketing I (67103214), 6 créditos	Mercadotecnia IV: Comunicación Integrada de Marketing (67062203), 6 créditos	Comunicación de marketing I (67103214), 6 créditos
	Logística de la distribución (67068304), 6 créditos	Logística de la distribución (67104220), 6 créditos	Logística de la distribución (67068304), 6 créditos	Logística de la distribución (67104220), 6 créditos
	Marketing internacional (62008315), 4,5 créditos	Marketing internacional (67104222), 6 créditos	Marketing internacional (62008315), 4,5 créditos	Marketing internacional (67104222), 6 créditos
	Marketing no empresarial (67068307), 6 créditos	Marketing no lucrativo (67103221), 6 créditos	Marketing no empresarial (67068307), 6 créditos	Marketing no lucrativo (67103221), 6 créditos
	Métodos estadísticos multivariantes (67062204), 6 créditos	Análisis estadístico de datos (67103225), 6 créditos	Métodos estadísticos multivariantes (67062204), 6 créditos	Análisis estadístico de datos (67103225), 6 créditos
	Administración de empresas (67061101), 6 créditos	Gestión de Recursos Humanos (67103224), 6 créditos	Administración de empresas (67061101), 6 créditos	Gestión de Recursos Humanos (67103224), 6 créditos
	Dirección estratégica (67061201), 6 créditos	Organización de Empresas (67103223), 6 créditos	Dirección estratégica (67061201), 6 créditos	Organización de Empresas (67103223), 6 créditos
	Estadística aplicada (67062101), 6 créditos	Créditos optativos	Estadística aplicada (67062101), 6 créditos	Créditos optativos
	Espacio económico europeo (67061202), 6 créditos	Créditos optativos	Espacio económico europeo (67061202), 6 créditos	Créditos optativos
	Regulación jurídica del mercado (67061203), 6 créditos	Créditos optativos	Regulación jurídica del mercado (67061203), 6 créditos	Créditos optativos
	Economía de las organizaciones (67068301), 6 créditos	Créditos optativos	Economía de las organizaciones (67068301), 6 créditos	Créditos optativos
	Sistemas de información contable aplicados a las decisiones comerciales (67068308), 6 créditos	Créditos optativos	Sistemas de información contable aplicados a las decisiones comerciales (67068308), 6 créditos	Créditos optativos

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
3039000-04008081	Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado-Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
27524575S	JERONIMO	DE BURGOS	JIMÉNEZ
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO

Registro General de la Universidad de Almería, Ctra. de Sacramento, s/n, La Cañada de San Urbano	04120	Almería	Almería
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
planestu@ual.es	950015971	950015439	Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
18998914V	Jorge	Doñate	Sanz
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Universidad de Almería, Registro; General, Ctra. de Sacramento s/n; La Cañada de San Urbano	04120	Almería	Almería
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
planestu@ual.es	950015971	950015439	Jefe de Negociado de Planes de Estudio, por delegación de firma del Rector
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Apartado 11: Anexo 1.			
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
18998914V	Jorge	Doñate	Sanz
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Universidad de Almería, Registro; General, Ctra. de Sacramento s/n; La Cañada de San Urbano	04120	Almería	Almería
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
planestu@ual.es	950015971	950015439	Jefe de Negociado de Planes de Estudio

Apartado 2: Anexo 1

Nombre :13-10-15MARK-P2.pdf

HASH SHA1 :8073EEB69556ED9845A7195CAEFC6A710BE6B287

Código CSV :190638912220013413588657

Ver Fichero: 13-10-15MARK-P2.pdf

Apartado 4: Anexo 1

Nombre : 41marke11-01-16.pdf

HASH SHA1 : FD1A457B33F41729CFA88476E0AEBBE5C1E7F113

Código CSV : 199533997683334061598179

Ver Fichero: 41marke11-01-16.pdf

Apartado 5: Anexo 1

Nombre :06-11-15MARK5-3 (2).pdf

HASH SHA1 :71A3A5D081A36E23CB721DE0215F246AB1EB166A

Código CSV :191638407122397737284701

Ver Fichero: 06-11-15MARK5-3 (2).pdf

Apartado 6: Anexo 1

Nombre :19-10-15MARK.6.1.pdf

HASH SHA1 :6C941D2417D2A4CEF7327AB0E389DB30575F087F

Código CSV :190651383628345624264693

Ver Fichero: 19-10-15MARK.6.1.pdf

Apartado 6: Anexo 2

Nombre :13-10-15MARK. P62.pdf

HASH SHA1 :98296DF9577EB89FB720270D91B585B506D75BBB

Código CSV :190650831253579919334520

Ver Fichero: 13-10-15MARK. P62.pdf

Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7.1.pdf

HASH SHA1 :16CC13923F28B6D339D12553E5351E4450AA1E68

Código CSV :109189809731691202552918

Ver Fichero: 7.1.pdf

Apartado 8: Anexo 1

Nombre :8.1redu.pdf

HASH SHA1 :6EA8302F554DBED88AD7C25795F92FC906525C53

Código CSV :109189819242699507598079

Ver Fichero: 8.1redu.pdf

Apartado 10: Anexo 1

Nombre :10.1redu.pdf

HASH SHA1 :F47D89DE16E9181CCDCFBAEF5AC48EC13C8E2E0B

Código CSV :109189827635563642708415

Ver Fichero: 10.1redu.pdf

Apartado 11: Anexo 1

Nombre :Firma07-07-15.pdf

HASH SHA1 :8A566C0DAAC1D5C329E3190DA289DA64DF245B6A

Código CSV :181345975638863046263255

Ver Fichero: Firma07-07-15.pdf

BO
R
D
A
D
O
R

3.-Objetivos y Competencias

Objetivos
Objetivo genérico: proporcionar una formación integral de calidad en el campo del marketing, preparando a sus titulados para cubrir la demanda existente y futura en dicha materia en los ámbitos económico-social, de comercio y distribución, y de comunicación comercial, basándose en una metodología práctica desarrollada en las distintas asignaturas del grado. Objetivos específicos: • Formar profesionales capaces de abordar todas las áreas de la investigación de mercados: características del mercado, análisis de la demanda, competencia, entorno general, entorno interno, producto, distribución, precio, promoción y comunicación, fuerza de ventas, valoración de resultados, etc. • Forjar profesionales expertos en tomar decisiones en el extenso campo del marketing de cualquier tipo de organización. • Dotar a los estudiantes de un dominio de las metodologías y las técnicas, tanto cuantitativas como cualitativas, de cara a la solución de problemas de marketing y en las oportunidades que el marketing ofrece: estrategias de marca, comercialización de productos, formas de distribución, segmentación de mercados, comportamiento del consumidor... • Incorporar un conjunto de herramientas básicas en el trabajo diario de un director de marketing, un investigador de mercado, un ejecutivo de cuentas o un jefe de producto. Además, el graduado debe haber desarrollado las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. El desarrollo del plan formativo debe dotar al Graduado en Marketing e Investigación de Mercados de una capacitación adecuada para que siempre realice su actividad profesional: a) desde el respeto a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, b) desde el respeto y promoción de los Derechos Humanos y los principios de accesibilidad universal y diseño para todos (según el RDL 1/2013 por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social), c) de acuerdo con los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos.

Competencias
La Universidad de Almería ha acordado que todos los grados deben contemplar de forma explícita tres clases de competencias: 1) Las competencias genéricas incluidas en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales (códigos RD1 a RD5). 2) Las competencias genéricas de la Universidad de Almería, aprobadas en Consejo de Gobierno de 17-06-2008 (códigos UAL1 a UAL10). 3) Las competencias específicas del título. Parte de estas competencias vienen establecidas en el acuerdo andaluz del 75% de módulos comunes en todas las Universidades Andaluzas (identificadas en la tabla mediante un asterisco en la columna de Denominación) y el resto son competencias específicas del grado en esta Universidad.

COD	COMPETENCIAS GENÉRICAS DEL R.D.			Mód	Mat
	Denominación	Traducción	Resultados		
RD1	Poseer y comprender conocimientos	Having and understanding knowledge	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia	1	1.2.; 1.3.; 1.4.; 1.5.; 1.6.
				2	2.1.; 2.2.
				3	3.1.
				5	5.1.
				12	12.3

			de su campo de estudio.		
RD2	Aplicación de conocimientos	Application of knowledge	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.	1 2 4 9 11 12	1.2.; 1.6. 2.1. 4.1. 9.1. 11.1; 12.1; 12.2.; 12.3
RD3	Capacidad de emitir juicios	Ability to express opinions	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.	1 5 9 12	1.1.; 1.5. 5.4. 9.2. 12.3; 12.4.
RD4	Capacidad de comunicar y aptitud social	Ability to communicate and social skills	La elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio	3 5 7 12	3.2. 5.3. 7.1. 12.2.; 12.3; 12.4
RD5	Habilidad para el aprendizaje	Learning skills	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.	4 6 10 12	4.2. 6.1. 10.1 12.1.; 12.2; 12.3; 12.4

COD	COMPETENCIAS DE LA UNIVERSIDAD DE ALMERIA			Mód	Mat
UAL1	Conocimientos básicos de la profesión (a completar con competencias específicas)	Basic knowledge of the profession (to be completed with specific competences)	Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales.	Todo s	Todos
UAL2	Habilidad en el uso de las TIC	Capacity to use Information and Communication Technologies (ICTs)	Utilizar las Técnicas de Información y Comunicación (TICs) como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, para el aprendizaje, la investigación y el trabajo cooperativo.	1 11 12	1.5. 11.2. 12.4
UAL3	Capacidad para resolver problemas	Problem solving skills	Capacidad para identificar, analizar, y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con rigor.	1 2 5 8 11	1.2.; 1.3.; 1.4.; 1.5.; 1.6. 2.1.; 2.2. 5.2. 8.1. 11.1; 11.2.
UAL4	Comunicación oral y escrita en la propia lengua	Oral and written communication in native language	Comprender expresar con claridad y oportunidad las ideas, conocimientos, problemas y soluciones a un público más amplio, especializado o no especializado (y sentimientos a través de la palabra, adaptándose a las características de la situación y la audiencia para lograr su comprensión y adhesión).	1 6 7 12	1.1. 6.2. 7.2. 12.3
UAL5	Capacidad de crítica y autocrítica	Critical and self-critical abilities	Es el comportamiento mental que cuestiona las cosas y se interesa por los fundamentos en los que se asientan las ideas, acciones y juicios, tanto propios como ajenos.	1 4 12	1.1. 4.1. 12.2; 12.4
UAL6	Trabajo en equipo	Ability to work in a interdisciplinary team	Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones, en contextos tanto nacionales como internacionales	1 5 6 12	1.5. 5.2. 6.1. 12.4
UAL7 **	Aprendizaje de una lengua extranjera	Knowledge of a second language	Entender y hacerse entender de manera verbal y escrita usando una lengua diferente a la propia. (Especialmente importante en el	3 12	3.2. 12.3.

			proceso de Convergencia Europea por la expansión de la dimensión internacional de las titulaciones).		
UAL8	Compromiso ético	Ethical commitment	Capacidad para pensar y actuar según principios de carácter universal que se basan en el valor de la persona y se dirigen a su pleno desarrollo.	3 8 12	3.2. 8.1. 12.1
UAL9	Capacidad para aprender a trabajar de forma autónoma	Self-learning skills	Capacidad para diseñar, gestionar y ejecutar una tarea de forma personal.	1 7 12	1.5. 7.2. 12.2; 12.4
UAL10	Competencia social y ciudadanía global	Social competence and global citizenship awareness	Respetar los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, los Derechos Humanos, los valores de una cultura de paz y democráticos, los principios medioambientales y de cooperación al desarrollo que promuevan un compromiso ético en una sociedad global, intercultural, libre y justa	12	12.1.

COD	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL TÍTULO			Mód	Mat
	Denominación	Traducción	Resultados		
	Poner asterisco en las del acuerdo andaluz				
FBC01	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Historia Económica*		Conocimiento de los procesos y conceptos básicos de la Historia Económica. Análisis de textos y de estadísticas históricas.	1	1.1
FBC02	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Derecho*		Conocimiento y comprensión de los fundamentos del Derecho, en su aplicación a la realidad económico-empresarial.	1	1.2;
FBC03	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Dirección de Empresas*		Conocer los fundamentos económicos y organizativos de la empresa, analizándola como un conjunto de áreas funcionales interrelacionadas, y aplicar los conceptos básicos a la resolución de problemas empresariales extraídos de la realidad.	1	1.5
FBC04	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Matemáticas*		Conocimiento, comprensión y aplicación de los elementos básicos del álgebra lineal y del cálculo diferencial e integral.	1	1.4
FBC05	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Estadística*		Conocimiento y comprensión de medidas estadísticas, conceptos de probabilidad y distribuciones de probabilidad. Realización de análisis descriptivos de datos y extracción de conclusiones.	1	1.3;
FBC06	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Economía*		Conocer los fundamentos de la Economía en sus vertientes microeconómica (entender el funcionamiento del mercado y como influyen en él diversos factores) y macroeconómica (funcionamiento del sistema económico).	1	1.6;
FBC07	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Microeconomía*		Conocimiento del funcionamiento de mercados competitivos y no competitivos, y de los mercados de factores.	1	1.6;
FBC08	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Contabilidad*		Que los estudiantes comprendan y sepan diferenciar los conceptos básicos de riqueza (activo – pasivo), resultado (riqueza generada: ingresos – gastos) y tesorería. Así como, los criterios generales de su reconocimiento, valoración y presentación.	1	1.5;
FBC09	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Finanzas*		Comprender los axiomas y principios financieros fundamentales Reconocer los elementos y variables que definen a las operaciones financieras, tanto de inversión como de financiación, y aplicar los principales métodos para su valoración en condiciones de certeza y riesgo	1	1.5;
FBC10	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Marketing*		Comprender el alcance del concepto de marketing. Conocer los principales componentes de un plan de marketing. Conocer la aplicación del marketing con un comportamiento ético y de responsabilidad social. Comprender el marco de conceptos y procesos que conforman el comportamiento de compra. Conocer el proceso de planificación de marketing y el plan de marketing. Comprender el proceso de compra en contextos organizativos e individuales. Comprender el	1	1.5;

			proceso de identificación de segmentos en el mercado.		
FBC11	Conocer y comprender la responsabilidad social derivada de las actuaciones económicas y empresariales*		Conocer los principios éticos asociados a la práctica económica y de gestión. Discernir en qué medida las empresas e instituciones integran a los diferentes grupos y agentes interesados en sus decisiones y asumen un compromiso social. Aplicar los principios de responsabilidad social para la resolución de problemas económicos y de gestión.	1 12	1.5; 12.1
FBC12	Adquirir habilidades y dominar herramientas informáticas aplicadas a las diferentes materias*		Manejo de programas informáticos para el tratamiento estadístico de datos, la resolución de problemas matemáticos, ...	1 2	1.3; 1.4; 1.5. 2.2.
AFB01	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Macroeconomía*		Conocimiento de la demanda agregada y de los elementos que la componen. Conocimiento y análisis de la política fiscal y monetaria.	2	2.1;
AFB02	Conocer y aplicar los conceptos básicos de la Inferencia Estadística*		Conocimiento y comprensión de las técnicas de Inferencia Estadística. Realización de análisis estadísticos de datos, interpretación de los resultados y extracción de conclusiones.	2	2.2;
AFB03	Conocer y saber aplicar los conceptos básicos del Derecho Mercantil y de la Competencia		Conocimiento y comprensión de los principios y conceptos básicos del Derecho Mercantil y de la Competencia. Aplicación de estos principios para la resolución de situaciones reales y supuestos en el ámbito económico y empresarial.	3	3.1
AFB04	Adquirir y aplicar habilidades para la dirección de las organizaciones		Comprender los papeles y funciones que desarrollan empresarios y directivos en sus organizaciones y desarrollar las habilidades básicas para el ejercicio ético de estas funciones, incluyendo el liderazgo, la motivación, la dirección de equipos de trabajo, la comunicación y la negociación.	3	3.2
DIC01	Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.*		Toma de decisiones relativas a las variables comerciales	4	4.1.
DIC02	Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.*		Conocimiento de las etapas de la planificación de marketing. Realización de la planificación de marketing estratégico	4	4.1.
DIC03	Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comercialización.*		Uso de aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de marketing estratégico	4	4.1.; 4.2.
DIC04	Ser capaz de diseñar e implementar actividades relacionadas con el producto y el precio		Diseño e implementación de actividades relacionadas con el producto y el precio	4	4.2.
AIM01	Ser capaz de analizar y comprender el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.*		Conocimiento del proceso de decisión de compra del consumidor	5	5.1.
AIM02	Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.*		Aplicación del conocimiento sobre el consumidor a la resolución de casos concretos	5	5.1.
AIM03	Conocer y ser capaz de desarrollar el proceso de Investigación Comercial.*		1. Desarrollo de una investigación de mercados. 2. Elaboración de un informe de investigación. 3. Resolución de situaciones específicas en investigación de mercados. 4. Selección de la técnica de análisis adecuada para la resolución de problemas específicos de investigación de mercados	5	5.2.
AIM04	Conocer, relacionar y aplicar adecuadamente los conceptos propios de la metodología cualitativa a la investigación en Marketing		1. Selección de las técnicas cualitativas más acordes al problema de marketing investigado. 2. Conocimiento y utilización adecuada de las técnicas cualitativas para la investigación de mercados	5	5.3.
AIM05	Conocer los principales indicadores y agregados económicos nacionales e internacionales		Conocimiento y aplicación de los principales indicadores y agregados económicos nacionales e internacionales	5	5.4.

AIM06	Conocer y ser capaz de analizar el entorno económico nacional e internacional		Conocimiento de los rasgos fundamentales del entorno económico nacional e internacional. Elaboración de un informe de investigación	5	5.4.
AIM07	Conocer los principios y técnicas de la contabilidad necesarios para la formulación de los estados financieros, que sirvan de apoyo a la toma de decisiones comerciales, y ser capaz de elaborar éstos en casos concretos, a partir de información real o simulada		Elaboración e interpretación de estados financieros.	5	5.5.
AIM08	Conocer las técnicas y herramientas de análisis aplicables a la realidad empresarial.		Aplicación de las técnicas y herramientas de análisis de la realidad empresarial en situaciones concretas	5	5.5.
CIM01	Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.*		Conocimiento y utilización de las herramientas de comunicación de publicidad, relaciones públicas, gestión de eventos y venta personal	6	6.1.
CIM02	Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing.*		Elaboración de un plan de comunicación integrada de marketing	6	6.1.
CIM03	Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial.*		Utilización de aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial	6	6.1.
CIM04	Ser capaz de diseñar la imagen de la organización y elaborar un manual de gestión de imagen corporativa.		Diseño y gestión de la imagen de la organización y elaboración de un manual de gestión de imagen corporativa	6	6.2.
DTC01	Ser capaz de diseñar, poner en marcha y gestionar los canales de distribución.*		Diseño de la estructura de un canal de distribución	7	7.1
DTC02	Ser capaz de identificar los problemas relacionados con la gestión de los canales de distribución y de las organizaciones que conforman el sistema comercial.*		Detección de problemas en la gestión de los canales y las organizaciones implicadas	7	7.1
DTC03	Ser capaz de gestionar la función de ventas en las organizaciones.*		Dirección de equipos de venta en contextos simulados	7	7.1
DTC04	Conocer las formas y tipos de gestión comercial del comercio minorista		Conocimiento de los aspectos esenciales que configuran la gestión de las empresas minoristas. Identificación y delimitación de áreas comerciales	7	7.2
DTC05	Ser capaz de diseñar sistemas de logística integral		Diseño de un sistema de logística integral	7	7.2
MAS01	Ser capaz de analizar, evaluar y caracterizar los distintos tipos de mercados de la organización.*		Valoración y caracterización del potencial de cada mercado y sus posibilidades de proyección para las empresas.	8	8.1.
MAS02	Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.*		1. Definición de objetivos comerciales. 2. Desarrollo e implementación de las estrategias y políticas de marketing en ámbitos de actividad específicos. 3. Identificación y formulación de las estrategias empresariales adecuadas al contexto internacional	8	8.1.
OEM01	Comprender los límites, las dinámicas del mercado y la		Conocimiento y aplicación de los principios de diseño organizativo para formular propuestas sobre la mejor manera de organizar las actividades de la empresa y las	9	9.1.

	organización interna de las organizaciones.*		relaciones con otras organizaciones del entorno		
OEM02	Conocer y ser capaz de analizar los procesos de dirección de empresas.*		1. Diseño de un plan estratégico, a partir del análisis externo e interno, incluyendo objetivos, metas, estrategias, políticas, implementación y control. 2. Análisis crítico de un plan de innovación 3. Aplicación de herramientas técnicas e informáticas de apoyo a la implantación y control de la estrategia.	9	9.1.
OEM03	Capacidad para diseñar y gestionar políticas de recursos humanos aplicadas a la fuerza de ventas		1. Elaboración de una ficha de descripción de un puesto del área comercial de la empresa. 2. Análisis crítico del plan de formación de la fuerza de ventas. 3. Diseño de un plan de retribución	9	9.2.
MEC01	Conocer y ser capaz de aplicar las herramientas básicas de naturaleza cuantitativa para el diagnóstico y análisis empresarial.*		1. Conocimiento, comprensión y aplicación de métodos cuantitativos en el ámbito del marketing para el estudio de fenómenos de tipo empresarial. 2. Realización de análisis descriptivos multivariantes de datos y extracción de conclusiones.	10	10.1.
MEC02	Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial.*		Dominio de programas informáticos que faciliten la aplicación de los métodos cuantitativos en el ámbito empresarial y del marketing	10	10.1.
PRP01	Comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como de la ética empresarial*		Analizar el papel del emprendedor y la innovación en la actividad empresarial, económica y social, y adquirir las nociones y habilidades básicas para poner en marcha un nuevo proyecto empresarial.	12	12.1; 12.4
PRP02	Realizar actividades dirigidas a la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de este perfil de estudios*		Aplicar los conocimientos teóricos para la propuesta en grupo de decisiones coherentes e interrelacionadas de los diferentes ámbitos de la empresa en un contexto real o en un modelo de simulación empresarial. Conocer y aplicar las herramientas de gestión y administración empresarial comúnmente utilizadas en una empresa u otro tipo de organización.	12	12.2.; 12.4.
PRP03	Presentación y defensa de un proyecto de fin de grado*		Elaboración y defensa del trabajo fin de grado, acreditando la capacidad para fundamentar, razonar y aplicar los conocimientos adquiridos.	12	12.3

Competencias asignadas a materias optativas					
OPT01	Conocer los aspectos destacados del comercio electrónico y ser capaz de resolver problemas relacionados con él		Conocimiento y resolución de problemas relacionados con el comercio electrónico	11	11.1
OPT02	Ser capaz de resolver problemáticas asociadas a la gestión de clientes/asociados		Resolución de problemas relacionados con la gestión de clientes/socios en las organizaciones mediante la utilización de las TICs	11	11.2

5.- Planificación de las enseñanzas

Formación básica	60
Obligatorias	156
Optativas	6
Prácticas externas	12
Trabajo de fin de grado	6
Total	240

5.1 Explicación. Explicación General de la planificación del plan de estudios

La duración del título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados es de 4 años, divididos en ocho cuatrimestres, cada uno de ellos de 30 ECTS. Atendiendo a los objetivos y competencias ya especificadas para los graduados/as en Marketing, la planificación de la formación de dicho título se estructura en módulos y materias, cuyo desarrollo se especifica en los siguientes epígrafes.

Se ha decidido emplear como unidad académica de enseñanza-aprendizaje la materia, que a su vez se incluyen en módulos específicos.

Estructura de las enseñanzas

El plan de estudios se estructura en un total de 12 módulos. Para cada uno de los módulos se detallan las competencias que el estudiante adquiere, un breve resumen de contenidos, requisitos previos, una indicación metodológica de las actividades de enseñanza aprendizaje, y un criterio general sobre la evaluación de los resultados del aprendizaje. Los resultados del aprendizaje para cada competencia se detallan en el punto 3 de esta memoria.

A continuación de cada ficha de módulo se presenta una ficha más detallada para cada materia adscrita al mismo, en la que, además de los elementos comunes compartidos con el resto de materias del módulo, puede reflejarse cualquier peculiaridad metodológica o evaluativa.

El plan de estudios oferta un módulo de optatividad (Módulo 11) como alternativa al reconocimiento previsto en el art. 12.8 del R.D. 1393/2007, por la participación en actividades universitarias, culturales, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación. Este módulo incluye dos materias optativas, entre las que el estudiante podrá elegir para completar los 6 créditos, en caso de no obtener el reconocimiento anteriormente señalado por otra vía.

Este título de Grado incluye dentro del módulo 12 la realización de un Trabajo Fin de Grado, de carácter obligatorio para el alumno, que supone un total de seis créditos. Adicionalmente, el alumno cursará unas Prácticas externas equivalentes a doce créditos. Estas Prácticas externas están programadas a lo largo del último curso de Grado.

Con carácter subsidiario a las mismas, los alumnos que no realicen las prácticas deberán cursar una materia obligatoria de doce créditos, llamada Formación Práctica, que otorga competencias similares a la realización de las Prácticas y que está encuadrada dentro de dicho módulo como alternativa y garantía ante cualquier eventualidad que pudiera perjudicar o impedir que el alumno pudiera cursar las Prácticas. Esta materia se oferta en el primer y segundo cuatrimestre del último curso. Finalmente el módulo incluye una materia

sobre creación de empresas de naturaleza obligatoria.

La estructura de módulos y materias, con los créditos ECTS correspondientes, se sintetizan en la siguiente tabla:

ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS		Carácter	ECTS
Módulo 1. Formación Básica		FB	60
Materias	Asignaturas		
1.1. Historia	1.1.1. Historia Económica		6
1.2. Derecho I	1.2.1. Introducción al Derecho Civil y Laboral		6
1.3. Estadística I	1.3.1. Estadística		6
1.4. Matemáticas	1.4.1. Matemáticas		6
1.5. Empresa	1.5.1. Introducción a la Administración de Empresas		6
	1.5.2. Introducción a las Finanzas		6
	1.5.3. Introducción a la Contabilidad		6
	1.5.4. Introducción al Marketing		6
1.6. Economía I	1.6.1. Introducción a la Economía		6
	1.6.2. Microeconomía		6
Módulo 2. Ampliación en Economía y Estadística		OB	12
Materias	Asignaturas		
2.1. Economía II	2.1.1. Macroeconomía		6
2.2. Estadística II	2.2.1. Estadística Avanzada		6
Módulo 3. Ampliación en Derecho y Empresa		OB	12
Materia	Asignatura		
3.1. Derecho II	3.1.1. Derecho Mercantil y de la competencia		6
3.2. Dirección de empresas	3.2.1. Habilidades en Dirección y Gestión		6
Módulo 4. Dirección Comercial		OB	18
Materia	Asignatura		
4.1. Dirección comercial	4.1.1. Planificación de marketing		6
	4.1.2. Marketing estratégico		6
4.2. Ampliación de dirección comercial	4.2.1. Productos, marcas y precios		6
Módulo 5. Análisis e Investigación de Mercados		OB	36
Materia	Asignatura		
5.1. Análisis del consumidor	5.1.1. Análisis del consumidor		6
5.2. Investigación de mercados	5.2.1. Investigación de mercados		6
	5.2.2. Investigación de mercados aplicada		6
5.3. Ampliación de investigación de mercados	5.3.1. Investigación cualitativa		6
5.4. Entorno económico	5.4.1. Entorno económico		6
5.5. Contabilidad aplicada a las decisiones comerciales	5.5.1. Contabilidad aplicada a las decisiones comerciales		6
Módulo 6. Comunicación Integrada de Marketing		OB	18
Materia	Asignatura		
6.1. Comunicación integrada de marketing	6.1.1. Comunicación de marketing I		6
	6.1.2. Comunicación de marketing II		6
6.2. Ampliación de comunicación integrada de marketing	6.2.1. Gestión integral de la imagen		6
Módulo 7. Distribución Comercial		OB	24

Materia	Asignatura		
7.1. Distribución comercial	7.1.1. Introducción a la distribución comercial		6
	7.1.2. Dirección de ventas		6
7.2. Ampliación de distribución comercial	7.2.1. Distribución comercial minorista		6
	7.2.2. Logística de la distribución		6
Módulo 8. Marketing Sectorial		OB	12
Materia	Asignatura		
8.1. Marketing sectorial	8.1.1. Marketing no lucrativo		6
	8.1.2. Marketing internacional		6
Módulo 9. Organización de Empresas		OB	12
Materia	Asignatura		
9.1. Organización de empresas	9.1.1. Organización de empresas		6
9.2. Ampliación de organización de empresas	9.2.1. Gestión de recursos humanos		6
Módulo 10. Métodos cuantitativos		OB	6
Materia	Asignatura		
10.1. Análisis estadístico de datos	10.1.1. Análisis estadístico de datos		6
Módulo 11. Optatividad		OP	6
Materia	Asignatura		
11.1. Comercio electrónico	11.1.1. Comercio electrónico		6
11.2. Gestión de las relaciones con los clientes	11.1.2. Gestión de las relaciones con los clientes		6
Módulo 12. Proyección Profesional		Mix	24
Materia	Asignatura		
12.1. Creación de Empresas	12.1.1. Creación de Empresas		6
12.2. Práctica de Empresas	12.2.1. Prácticas de Empresa		12
12.3. Formación práctica	12.3.1. Juego de Empresa		6
	12.3.2. Documentación y Gestión Administrativa		6
12.4. Trabajo Fin de Grado	12.4.1. Trabajo Fin de Grado		6

Idiomas de impartición de los contenidos académicos

La Universidad de Almería garantiza la impartición de todos los contenidos académicos del presente Grado en lengua castellana y/o las lenguas referidas en la memoria. No obstante, y en aplicación del actual Plan de Fomento del Plurilingüismo, se ofrece también la oportunidad al alumnado de cursar diversas asignaturas en lengua inglesa y/u otras que pudieren ofertarse, potenciándose así la integración académica y profesional de nuestros egresados en un ámbito nacional e internacional.

Asimismo, y según la normativa vigente, es requisito imprescindible para la obtención del Título de Grado la acreditación del nivel B1 o superior (Marco Común de Referencia) en lengua extranjera por parte del alumnado de nacionalidad española. Los alumnos extranjeros deberán acreditar el mismo nivel o superior en lengua castellana. La acreditación en lengua extranjera y castellana se realizará según los procedimientos previstos por la Universidad de Almería.

Estudios en Inglés

Se otorgará un certificado de haber cursado el Grado en Marketing e Investigación de Mercados en lengua inglesa a aquellos graduados que hayan cursado, al menos, el 50% de sus enseñanzas en dicha lengua. Además, esta mención se incluirá, en su caso, en el Suplemento Europeo al Título.

Tales créditos podrán obtenerse:

En la propia Universidad, cursando las asignaturas que se oferten en inglés. La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales hará la oferta académica necesaria para que el estudiante pueda cursar al menos 60 créditos en lengua inglesa.

En universidades extranjeras dentro del programa Erasmus, o cualquier otro de movilidad estudiantil, siempre que la lengua de la universidad de destino sea el inglés (independientemente de la lengua oficial del país receptor).

Actividades formativas: metodología de enseñanza y aprendizaje

Uno de los aspectos clave del EEES es la innovación en los sistemas de enseñanza-aprendizaje. La formación en competencias y la valoración en ECTS suponen la introducción de nuevas metodologías docentes, ya que los estudios se centran en los resultados del aprendizaje y en las competencias que debe alcanzar un estudiante como futuro profesional. Se establecen como tipos de grupos en los que realizar las actividades formativas los siguientes: Gran grupo, Grupo docente, Grupo de trabajo¹.

El grado de presencialidad para las titulaciones de Grado de la Universidad de Almería viene establecido por la [Normativa de Planificación Docente, actualmente aprobada para el curso 2014-15](#), por acuerdo de Consejo de Gobierno de 13 de diciembre de 2013, para todas las materias de la Universidad de Almería (grado y máster) de conformidad con el RD 1125/2003 y el concepto de crédito ECTS, en su Artículo 3º establece que mientras se mantenga la situación actual de crisis económica, las horas lectivas para el alumnado corresponderán al 30% de presencialidad aplicable a cada crédito ECTS, considerado éste como 25 horas de trabajo del estudiante según lo establecido en Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional, en su artículo 4, apartado 5 (7,5 horas lectivas por crédito ECTS), exceptuando los Practicum (prácticas externas, prácticas profesionales, etc.) y Trabajo Fin de Grado que se regirán por criterios específicos al respecto.

Del mismo modo, la actividad docente presencial o multimodal puede quedar distribuida según la actividad legalmente asignada a los respectivos grupos en la citada normativa y en su regulación específica aprobada por [Acuerdo del Consejo de Gobierno de 19 de abril de 2013, por el que se aprueba la normativa para el desarrollo de asignaturas en modalidad semipresencial \(mixta\) en los títulos oficiales de Grado y Máster de la Universidad de Almería](#).

La metodología de enseñanza-aprendizaje que plantea el título de Grado se orienta hacia la participación activa del alumno, con especial énfasis en el uso de las tutorías, los seminarios y las actividades prácticas. Tomando como referencia el grado de autonomía del estudiante

¹ <http://cms.ua.es/idc/groups/public/@vic/@vpoa/documents/documento/vpoanpd09-10.pdf>

en la realización de cada una de las actividades en las que será implicado durante sus estudios universitarios, podríamos distinguir cuatro grandes bloques de actividades formativas:

Actividades dirigidas, son actividades presenciales en el aula, lideradas por el profesor y que se desarrollan en grupo. Entre ellas cabe destacar: Clases magistrales/participativas, Debates, Exposición de temas, Trabajos en equipo.

Supervisadas, actividades de enseñanza aprendizaje que, aunque se pueden desarrollar de manera autónoma dentro o fuera del aula, requieren la supervisión y seguimiento de un docente. Cabe destacar algunas: Tutoría del, TFG, Tutela profesional; Realización de informes.

Autónomas, son actividades en las que el estudiante se organiza el tiempo y el esfuerzo de forma autónoma, ya sea individualmente o en grupo. Cabe destacar entre otras: Búsqueda bibliográfica, realización de ejercicios e informes, Portafolio, etc.

De evaluación, las actividades de evaluación se llevarán a término para valorar el grado de consecución de los objetivos y de las competencias por parte del estudiante. Son actividades cuyo resultado es susceptible de ser evaluado y cualificado, ya sea dentro de un sistema de evaluación continuada, ya sea mediante pruebas formales al final de un período. Este tipo de actividad, cuando no requiere un tiempo acotado para la realización de pruebas concretas (exámenes, presentaciones, etc.), puede superponerse con actividades autónomas (por ejemplo, trabajos de curso) o supervisadas (por ejemplo, prácticas externas o trabajo de fin de Máster).

Así, todas las actividades se encuadran dentro de las siguientes metodologías:

- Clase magistral participativa
- Clases teórico-prácticas
- Elaboración y exposición de trabajos
- Tutorías
- Trabajo autónomo o en grupo
- Sesiones de evaluación
- Realización de prácticas externas
- Redacción y defensa de un Trabajo Fin de Grado

Se prevén distintas actividades formativas, de manera que en cada Materia se puedan determinar las actividades más adecuadas para el desarrollo de las competencias correspondientes y, a su vez, la necesaria formación global del estudiante derivada del Título.

Son actividades formativas:

- AF1: Clase magistral participativa
- AF2: Proyecciones audiovisuales
- AF3: Seminarios y actividades académicas dirigidas
- AF4 : Búsqueda consulta y tratamiento de la información
- AF5: Debates
- AF6: Aprendizaje basado en problemas
- AF7: Estudios de casos
- AF8: Exposición de grupos de trabajo
- AF9: Realización y Resolución de ejercicios y problemas
- AF10: Sesiones de evaluación
- AF11: Demostración de procedimientos específicos
- AF12: Evaluación de resultados
- AF13: Realización de informes y proyectos

- AF14: Trabajo en equipo
- AF15: Trabajo de campo

Se han establecido, en términos generales, las horas asignadas a cada una de las actividades formativas y las Metodologías docentes para cada materia, si bien esta asignación podrá variar según los criterios potestativos de los docentes determinándose anualmente en cada una de las Guías Docentes de las asignaturas.

Optatividad

Los estudiantes de este grado podrán cubrir su carga lectiva optativa:

- a) Cursando las materias optativas contenidas, con tal carácter, en esta memoria.
- b) Acreditando haber participado en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación a que se refiere el artículo 12.8 del Real Decreto 1393/2007, con las limitaciones establecidas en dicha norma, y de acuerdo con el procedimiento establecido en la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de créditos de la Universidad de Almería dentro de los límites establecidos por la citada norma.
- c) Cursando las materias contenidas en el Catálogo General de Optatividad, sin más restricción que el de las limitaciones de plazas ofertadas que pudieran realizarse para la ordenación de la docencia. A tal efecto la UAL ha aprobado un catálogo de optatividad formado por materias optativas del resto de títulos del grado aprobados y verificados, sometidos por tanto a procesos de evaluación. Con ello, la UAL busca la incorporación en los Planes de Estudio de materias que tengan eminentemente un carácter transversal, y no siendo específicas de las disciplinas principales de un título, pueden ayudar a los estudiantes a tener una visión más amplia y transversal en la que enmarcar el resto de competencias y conocimientos adquiridos.

[Catálogo General de Optatividad](#)

Tipo de Enseñanza

La UAL garantiza la impartición presencial de todos los contenidos de este grado en los términos expresados en su memoria. Sin perjuicio de lo cual, como complemento a la formación del alumnado y en aplicación del proceso de mejora e innovación docente, promoverá a través de la Unidad de Apoyo a la Docencia Virtual (EVA) y el Servicio de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (STIC), la progresiva impartición multimodal de algunos contenidos y materias del título siempre de acuerdo con lo expresado en la presente memoria y con la normativa específica desarrollada a tal efecto por la UAL

Sistemas de Evaluación

Los sistemas de evaluación deben orientarse hacia la consecución de los objetivos planteados y, sobre todo, deben valorar el grado en el que el alumno adquiere las competencias asociadas a las distintas materias. En los términos del punto 5 general de la memoria, el sistema de evaluación se desarrolla en las materias del título, en todo caso, será el adoptado por la Universidad de Almería de acuerdo con el ordenamiento jurídico vigente, actualmente y desarrollado por el Reglamento de

Evaluación del Aprendizaje del Alumnado en la Universidad de Almería:

Acuerdo del Consejo de Gobierno de 28 de julio de 2010, por el que se modifica el reglamento de 7 de junio de 2010 de Evaluación del Aprendizaje del Alumnado en la Universidad de Almería.

[Evaluación del Aprendizaje del Alumnado](#)

El Trabajo Final de Grado queda regulado por su normativa específica: Acuerdo del Consejo de Gobierno de 28 noviembre de 2014, por el que se aprueba la normativa para la realización de T.F.G y T.F.M en los programas de enseñanzas oficiales de la Universidad de Almería.

[Normativa para la realización de T.F.G y T.F.M](#)

Las prácticas externas quedan reguladas por lo establecido en el Real Decreto 1707/2011, de 18 de noviembre, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios y la normativa específica desarrollada por la UAL:

[normativa específica desarrollada por la UAL:](#)

Sistemas de calificación

El sistema de calificaciones de todas las materias del título será el adoptado por la Universidad de Almería de acuerdo con el ordenamiento jurídico vigente, actualmente establecido en el artículo 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional:

Calificación cuantitativa en escala 10, con un decimal y de acuerdo con la siguiente escala cualitativa:

0-4,9: Suspenso (SS).

5,0-6,9: Aprobado (AP).

7,0-8,9: Notable (NT).

9,0-10: Sobresaliente (SB).

La mención de Matrícula de Honor podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

Los sistemas de evaluación deben orientarse hacia la consecución de los objetivos planteados y, sobre todo, deben valorar el grado en el que el alumno adquiere las competencias asociadas a las distintas materias. Para la evaluación de resultados, se ha previsto un conjunto de sistemas de evaluación que resulte lo más coherente posible con las actividades formativas descritas. Son, en consecuencia, sistemas de evaluación:

- S1: Pruebas finales (escritas u orales)
- S2: Pruebas, ejercicios, problemas

- S3: Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.
- S4: Portafolio del estudiante (actividades individuales y en grupo)
- S5: Participación activa del estudiante
- S6: Informe de tutor
- S7: Defensa pública de Trabajo Final de Grado

Se han establecido, en términos generales, los porcentajes máximos y mínimos asignados a cada uno de los sistemas de evaluación para cada materia, si bien esta asignación podrá variar según los criterios potestativos de los docentes determinándose anualmente en cada una de las Guías Docentes de las asignaturas.

Mecanismos de coordinación docente

En Consejo de Gobierno de 30 de julio de 2007, la Universidad de Almería aprobó un modelo de coordinación de los Grados en tres niveles:

[Mecanismos de coordinación docente](#)

COORDINADOR DE TITULACIÓN

¿Qué coordina?

1. Puesta en marcha/ seguimiento de la Experiencia Piloto.
2. Elaboración de la Guía de la Titulación.
3. Formación del profesorado en competencias.
4. Evaluación interna.
5. Recursos y espacios de la titulación (en su caso).
6. Constituir un equipo técnico con los coordinadores de curso.

Acciones

1. Asiste a reuniones de coordinación del EEES en la UAL.
2. Convoca reuniones de coordinadores de curso.
 - a. Guía docentes.
 - b. Propuestas de formación en competencias.
 - c. Informes de evaluación.
 - d. Becarios.
3. Cumplimenta informe de evaluación de la titulación.
4. Gestiona la memoria económica.
5. Diseña, coordina y desarrolla actividades de formación en competencias propuestas.
6. Diseña las Jornadas de Información inicial de estudiantes.
7. Gestiona los recursos económicos referidos a la Experiencia Piloto.

COORDINADOR DE CURSO

¿Qué coordina?

1. Guías docentes de las asignaturas del curso, proceso de ajuste y modificaciones para el curso siguiente.
2. Propuesta de Actividades Académicamente Dirigidas (AAD).
3. Carga global del trabajo del estudiante.
4. Demandas de formación en competencias por parte del equipo docente.
5. Tareas del becario/a de curso.

Acciones

1. Asiste a reuniones de coordinación de la titulación.
2. Convoca reuniones para coordinación de asignaturas :

- Para Guías Docentes.
 - Modera panel de presentación inicial de la Guía Docente del curso.
3. Convoca reuniones del equipo docente.
 4. Distribuye tareas del becario de curso.
 5. Mantiene cronograma de las AAD.
 6. Planifica la recogida datos/evaluación interna del curso.
- Debe tener un papel activo en el equipo Técnico de la Titulación.

COORDINADOR DE MATERIA Y/O ASIGNATURA

¿Qué coordina?

1. Guía docente de la asignatura: elaboración, desarrollo, revisiones.
2. Metodologías :
 - De aula.
 - Para las Actividades Académicamente Dirigidas (AAD).
3. Evaluación de la asignatura.
4. Recursos bibliográficos.
5. Demandas de formación en competencias.
6. Tareas del becario/a referidas a la asignatura.

Acciones

1. Asiste a reuniones de coordinación de curso.
2. Convoca reuniones de coordinadores de asignaturas:
 - Para Guías Docentes.
 - Presentación inicial de la asignatura.
3. Distribuye tareas del becario/a.
4. Mantiene cronograma de las AAD.
5. Planifica la asignatura y recoge datos de la evaluación interna del curso.
6. Envía bibliografía a Biblioteca.

Forma parte del Equipo Docente de curso.

5.2 Movilidad. Planificación y gestión de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida

No se tiene previsto un régimen específico de movilidad para el Grado, dando por suficiente la información general prevista para cualquier estudio de Grado de la Universidad de Almería en los términos que constan publicados en la página *web* de la Universidad.

Puede consultarse la información en los siguientes enlaces a la *web* del Área de Atención Integral al Estudiante (ARATIES), responsables de la gestión de becas y Ayudas y del Vicerrectorado de Internacionalización y Cooperación al desarrollo que gestiona todo lo relativo a la movilidad:

Becas y Ayudas:

<http://cms.ual.es/UAL/estudios/gestionacademicas/becas/index.htm>

Vicerrectorado de Internacionalización y Cooperación al Desarrollo:

<http://cms.ual.es/UAL/universidad/organosgobierno/vinternacional/actividades/index.htm>

PROGRAMA DE BECAS DUAL

-- El objeto del programa es establecer la colaboración en el campo de la Formación Superior Universitaria, entre la Universidad de Almería y el sector empresarial, para facilitar la especialización laboral de los estudiantes de la Universidad de Almería y la adquisición de las competencias que les permitirán el ejercicio de la actividad profesional mediante la implantación de un sistema de prácticas tutorizadas y becadas de una duración igual a un curso académico, equivalente a 1.500 horas (60 créditos del curso, a razón de 25 horas por crédito ECTS) en las que se combinan los procesos de enseñanza y aprendizaje en la empresa y en la Universidad.

Las acciones de movilidad internacional, a través de los programas erasmus, programas de intercambio de prácticas y otros convenios bilaterales que implican el conocimiento de una segunda lengua, contribuyen al desarrollo de la competencia "Aprendizaje de una lengua extranjera", incluida por la Universidad de Almería como competencia común a todos los títulos de grado. Asimismo estas acciones de movilidad contribuyen al logro de las competencias específicas del título AIM05 y AIM06 que implica que los alumnos desarrollen la capacidad para conocer los aspectos básicos de la estructura y el conocimiento del entorno internacional.

ESTRUCTURA TEMPORAL							
CURSO	CUATR	MÓDULOS-ECTS		MATERIAS-ECTS		ASIGNATURAS-ECTS	
CURSO PRIMERO	1 ^{er} cuatrimestre	Formación Básica en Ciencias Económicas y Empresariales	60	Derecho I	6	Introducción al Derecho Civil y Laboral	6
				Economía I	6	Introducción a la Economía	6
				Empresa	6	Introducción a la Administración de Empresas	6
				Historia	6	Historia Económica	6
				Matemáticas	6	Matemáticas	6
	2 ^o cuatrimestre			Economía I	6	Microeconomía	6
				Empresa	18	Introducción a la Contabilidad	6
						Introducción a las Finanzas	6
						Introducción al Marketing	6
				Estadística I	6	Estadística	6

ESTRUCTURA TEMPORAL							
CURSO	CUATR	MÓDULOS-ECTS		MATERIAS-ECTS		ASIGNATURAS-ECTS	
CURSO SEGUNDO	3 ^{er} cuatrimestre	Ampliación en Economía y Estadística	12	Economía II	6	Macroeconomía	6
				Estadística II	6	Estadística Avanzada	6
		Ampliación en Derecho y Empresa	12	Derecho II	6	Derecho Mercantil y de la Competencia	6
				Dirección de empresas	6	Habilidades de dirección y gestión	6
		Dirección comercial	6	Dirección comercial	6	Planificación de marketing	6
	4 ^o cuatrimestre	Análisis e investigación de mercados	18	Análisis del consumidor	6	Análisis del consumidor	6
				Entorno económico	6	Entorno económico	6
				Contabilidad aplicada a las decisiones comerciales	6	Contabilidad aplicada a las decisiones comerciales	6
		Dirección comercial	6	Ampliación de dirección comercial	6	Productos, marcas y precios	6
		Organización de empresas	6	Organización de empresas	6	Organización de empresas	6

ESTRUCTURA TEMPORAL							
CURSO	CUATR	MÓDULOS-ECTS		MATERIAS-ECTS		ASIGNATURAS-ECTS	
CURSO TERCERO	5º cuatrimestre	Análisis e investigación de mercados	6	Investigación de mercados	6	Investigación de mercados	6
		Distribución comercial	6	Distribución comercial	6	Introducción a la distribución comercial	6
		Comunicación integrada de marketing	6	Comunicación integrada de marketing	6	Comunicación de marketing I	6
		Organización de empresas	6	Ampliación de organización de empresas	6	Gestión de recursos humanos	6
		Métodos cuantitativos	6	Análisis estadístico de datos	6	Análisis estadístico de datos	6
	6º cuatrimestre	Análisis e investigación de mercados	6	Ampliación de investigación de mercados	6	Investigación cualitativa	6
		Distribución comercial	12	Distribución comercial	6	Dirección de ventas	6
				Ampliación de distribución comercial	6	Distribución comercial minorista	6
		Comunicación integrada de marketing	6	Comunicación integrada de marketing	6	Comunicación de marketing II	6
		Marketing sectorial	6	Marketing sectorial	6	Marketing no lucrativo	6

ESTRUCTURA TEMPORAL							
CURSO	CUATR	MÓDULOS-ECTS		MATERIAS-ECTS		ASIGNATURAS-ECTS	
CURSO CUARTO	7º cuatrimestre	Proyección profesional	6	Prácticas en empresas	6	Prácticas en empresas	6
				Formación práctica	6	Juego de empresa	6
		Dirección comercial	6	Dirección comercial	6	Marketing estratégico	6
		Análisis e investigación de mercados	6	Investigación de mercados	6	Investigación de mercados aplicada	6
		Distribución comercial	6	Ampliación de distribución comercial	6	Logística de la distribución	6
		Comunicación integrada de marketing	6	Ampliación de comunicación integrada de marketing	6	Gestión integral de la imagen	6
	8º cuatrimestre	Marketing sectorial	6	Marketing sectorial	6	Marketing internacional	6
		Proyección profesional	18	Creación de Empresas	6	Creación de Empresas	6
				Prácticas en empresa	6	Prácticas en empresas	6
				Formación práctica	6	Documentación y gestión administrativa de la empresa	6
				Trabajo Fin de Grado	6	Trabajo Fin de Grado	6
		Optatividad	6	Comercio electrónico	6	Comercio electrónico	6
				Gestión de las relaciones con los clientes		Gestión de las relaciones con los clientes	6

10.- Calendario de Implantación

10.1. Cronograma de implantación de la titulación

Justificación	
El Título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados sustituirá al actual Título de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado, de 2º ciclo, y su implantación se llevará a cabo de manera progresiva, de acuerdo al siguiente período de implantación: • PRIMER CURSO. Septiembre de 2010-2011 (Extinción del Primer Curso, excepto las asignaturas Investigación de Mercados I, Investigación de Mercados II; extinción de las optativas Marketing no empresarial, Sistemas de información contable aplicada a las decisiones comerciales). • SEGUNDO CURSO. Septiembre de 2011-2012 (Extinción del Segundo Curso, de las asignaturas de primer curso Investigación de Mercados I, Investigación de Mercados II, y de las optativas Gestión financiera de las operaciones de comercio exterior, Economía de las organizaciones, Logística de la distribución). • TERCER CURSO. Septiembre de 2012-2013 • CUARTO CURSO. Septiembre de 2013-2014	
Curso de implantación	2010-2011

10.2 Procedimiento de adaptación en su caso de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios

Procedimiento
Los alumnos del actual Título de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado, podrán optar por: 1) Finalizar los estudios de Licenciado en Investigación Técnicas de Mercado, que se extinguirá progresivamente, según la normativa establecida por la Universidad de Almería.

- 2) Adaptarse al Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Para ello, se establecerá un cuadro de adaptaciones preciso. Dado que en el punto 5 de esta memoria se incluye un listado de las asignaturas que integran el plan de estudios del Grado, las adaptaciones se realizarán a nivel de asignatura.

TABLA DE ADAPTACIÓN POR MATERIAS	
Título de grado en Marketing e Investigación de Mercados	Plan antiguo. Investigación y Técnicas de Mercado (asignaturas)
Dirección comercial	Mercadotecnia II
	Mercadotecnia III
Ampliación de dirección comercial	Innovación y nuevos productos
Análisis del consumidor	Psicosociología del consumo
Investigación de mercados	Investigación de mercados I
	Investigación de mercados II
Entorno económico	Economía española
Marketing sectorial	Marketing internacional
	Marketing no empresarial
Organización de empresas	Administración de empresas
	Dirección estratégica
Análisis estadístico de datos	Métodos estadísticos multivariantes

En Consejo de Gobierno, de fecha 29 de octubre de 2010, se modificó y adaptó la tabla de Convalidación por asignaturas:

Tabla de adaptación por asignaturas (UAL)	
ITM	GRADO MKE INV
Mercadotecnia I: Marketing	Introducción al marketing
Mercadotecnia II: Gestión de Marketing	Planificación de marketing
Mercadotecnia III: Estrategias de Marketing	Marketing estratégico

Innovación y nuevos productos	Productos, marcas y precios
Psicosociología del consumo	Análisis del consumidor
Investigación de mercados I	Investigación de mercados
Investigación de mercados II	Investigación de mercados aplicada
Economía española	Entorno económico
Mercadotecnia IV: Comunicación Integrada de Marketing	Comunicación de marketing I
Logística de la distribución	Logística de la distribución
Marketing internacional	Marketing internacional
Marketing no empresarial	Marketing no lucrativo
Métodos estadísticos multivariantes	Análisis estadístico de datos
Administración de empresas	Gestión de Recursos Humanos
Dirección estratégica	Organización de Empresas
Estadística aplicada	Créditos optativos
Espacio económico europeo	Créditos optativos
Regulación jurídica del mercado	Créditos optativos
Economía de las organizaciones	Créditos optativos
Sistemas de información contable aplicados a las decisiones comerciales	Créditos optativos

En el Consejo de Gobierno, de fecha 29 de octubre de 2010, se aprobaron las siguientes Tablas de Convalidación:

TÍTULO DE DIPLOMADO EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES → RESTO DE GRADOS

Plan DCE	Grado MKeINV	Grado Economía	Grado ADE
Historia Económica (60007310), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos
Introducción al Derecho y Derecho del Trabajo (60001106), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos
Estadística (60001104), 12 créditos	Estadística (63101103), 6 créditos + Estadística Avanzada (63102202), 6 créditos	Estadística (63101103), 6 créditos + Estadística Avanzada (63102202), 6 créditos	Estadística (63101103), 6 créditos + Estadística Avanzada (63102202), 6 créditos
Economía Española y Mundial (60001102), 6 créditos		Economía Española (63102210), 6 créditos	
Economía Española y Mundial (60001102), 6 créditos + Economía Mundial (60007307), 6 créditos			Economía Española (62102213), 6 créditos + Economía Mundial (62103214), 6 créditos
Matemáticas (60001107), 6 créditos	Matemáticas (63101104), 6 créditos	Matemáticas (63101104), 6 créditos	Matemáticas (63101104), 6 créditos
Métodos de optimización para la economía			Métodos Cuantitativos (62102205), 6 créditos

Plan DCE	Grado MKeINV	Grado Economía	Grado ADE
(60007312), 6 créditos			
Matemáticas (60001107), 6 créditos + Métodos de optimización para la economía (60007312), 6 créditos		Matemáticas (63101104), 6 créditos + Matemáticas Avanzadas (63102205), 6 créditos	
Organización de empresas (60001109), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos
Contabilidad Financiera (60001101), 12 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos + Contabilidad Intermedia I (62102215), 6 créditos
Dirección Comercial (60002102), 12 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos + Productos, marcas y precios (67102207), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos + Dirección de Marketing (62103224), 6 créditos
Economía Política (60001103), 9 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos
Derecho Mercantil y Derecho Fiscal	Derecho Mercantil y de la Competencia	Derecho Mercantil y de la Competencia	Derecho Mercantil y de la Competencia

Plan DCE	Grado MKeINV	Grado Economía	Grado ADE
(60002101), 6 créditos	(63102203), 6 créditos	(63102203), 6 créditos	(63102203), 6 créditos
Análisis Contable (60007301), 6 créditos	Contabilidad aplicada a las decisiones comerciales (67102213), 6 créditos		Contabilidad Avanzada (62103218), 6 créditos
Estados Contables (60002202), 6 créditos			Contabilidad Intermedia II (62102216), 6 créditos
Contabilidad de Costes (60003101), 12 créditos			Control de Gestión (62103217), 6 créditos
Dirección Financiera (600002104), 12 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos + Economía Financiera (63103225), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos + Dirección Financiera I. Financiación (60103216), 6 créditos
Dirección de Empresas (600002103), 6 créditos	Habilidades de Dirección y Gestión (63102204), 6 créditos	Habilidades de Dirección y Gestión (63102204), 6 créditos	Habilidades de Dirección y Gestión (63102204), 6 créditos
Régimen fiscal de la empresa (60003204), 6 créditos		Sistema Fiscal (63103209), 6 créditos	Fiscalidad Empresarial (62104206) 6 créditos
Distribución Comercial (60003202), 6 créditos	Introducción a la Distribución Comercial (67103217), 6 créditos		
Economía Mundial (60007307), 6 créditos	Entorno Económico (67102208), 6 créditos	Economía Mundial (63102212), 6 créditos	Economía Mundial (63102212), 6 créditos

<i>Plan DCE</i>	<i>Grado MKeINV</i>	<i>Grado Economía</i>	<i>Grado ADE</i>
Economía de la Unión Europea (60007304), 4,5 créditos		Economía de la Unión Europea (63103224), 6 créditos	
Economía Agraria (60007306), 6 créditos		Economía Agraria (63102220), 6 créditos	
Dirección de Operaciones (60003201), 6 créditos			Dirección de Operaciones I (62103224), 6 créditos

TÍTULO DE DIPLOMADO EN TURISMO→ RESTO DE GRADOS

Plan Turismo	Grado FYCO	Grado MKeINV	Grado Economía	Grado ADE
Historia del Turismo (64021201), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos	Historia Económica (63101101), 6 créditos
Introducción al Derecho y Derecho del Consumo (64021104), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos
Introducción a la economía (64021103), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos	Introducción a la Economía (63101109), 6 créditos
Organización y Gestión de empresas (64022108), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos
Contabilidad (64021101), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos
Introducción al Marketing Turístico (64022104), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos
Gestión Financiera (64023201), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos
Gestión de Recursos Humanos		Gestión de Recursos		Organización y Gestión de los

(64023102), 6 créditos		Humanos (67103224), 6 créditos		Recursos Humanos (62103209), 6 créditos
Operaciones y procesos de producción (64022107), 6 créditos				Dirección de Operaciones I (62103210), 6 créditos
Estructura de mercados (64022101), 6 créditos	Microeconomía (64101109), 6 créditos	Microeconomía (64101109), 6 créditos	Microeconomía (64101109), 6 créditos	Microeconomía (64101109), 6 créditos

TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS → RESTO DE GRADOS

Plan LADE	Grado FYCO	Grado MKeINV	Grado Economía
Introducción a la Contabilidad (62001103), 9 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos	Introducción a la Contabilidad (63101107), 6 créditos
Introducción a la Estadística (62001106), 9 créditos	Estadística (63101103), 6 créditos	Estadística (63101103), 6 créditos	Estadística (63101103), 6 créditos
Estadística (62002104), 9 créditos	Estadística Avanzada (63102202), 6 créditos	Estadística Avanzada (63102202), 6 créditos	Estadística Avanzada (63102202), 6 créditos
Matemáticas (62001107), 12 créditos	Matemáticas (63101104), 6 créditos	Matemáticas (63101104), 6 créditos	Matemáticas (63101104), 6 créditos
Matemáticas (62001107), 12 créditos + Métodos de optimización para la economía (60007312), 6 créditos			Matemáticas (63101104), 6 créditos + Matemáticas Avanzadas (63102205), 6 créditos
Derecho de la Empresa (620011019, 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos	Introducción al Derecho Civil y Laboral (63101102), 6 créditos
Derecho Mercantil (62002201), 6 créditos	Derecho Mercantil y de la Competencia (63102203), 6 créditos	Derecho Mercantil y de la Competencia (63102203), 6 créditos	Derecho Mercantil y de la Competencia (63102203), 6 créditos
Introducción a la Economía I	Introducción a la Economía	Introducción a la Economía	Introducción a la Economía

Plan LADE	Grado FYCO	Grado MKeINV	Grado Economía
(62001104), 6 créditos “Ó” Introducción a la Economía II (62001105), 6 créditos	(63101109), 6 créditos	(63101109), 6 créditos	(63101109), 6 créditos
Microeconomía (62002106), 6 créditos	Microeconomía (64101109), 6 créditos	Microeconomía (64101109), 6 créditos	Microeconomía (64101109), 6 créditos
Macroeconomía (62003101), 6 créditos	Macroeconomía (63102201), 6 créditos	Macroeconomía (63102201), 6 créditos	Macroeconomía (63102201), 6 créditos
Economía financiera (62003204), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos		
Matemática Financiera (62001201), 6 créditos	Matemáticas de las Operaciones Financieras (60102214), 6 créditos		
Economía Financiera (62003204), 6 créditos “Ó” Matemática Financiera (62001201), 6 créditos		Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos	Introducción a las Finanzas (63101106), 6 créditos
Economía y Organización de la Empresa (62001102), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos	Introducción a la Administración de Empresas (63101105), 6 créditos
Fundamentos de Marketing (62002105), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos	Introducción al Marketing (63101108), 6 créditos
Historia Económica	Historia Económica	Historia Económica	Historia Económica

Plan LADE	Grado FYCO	Grado MKeINV	Grado Economía
(60007310), 6 créditos “Ó” Historia de la Empresa (62003206), 6 créditos	(63101101), 6 créditos	(63101101), 6 créditos	(63101101), 6 créditos
Dirección de Empresas (62002102), 6 créditos	Habilidades de Dirección y Gestión 63102204), 6 créditos	Habilidades de Dirección y Gestión 63102204), 6 créditos	Habilidades de Dirección y Gestión 63102204), 6 créditos
Contabilidad Financiera (62002101), 6 créditos + Ampliación de Contabilidad Financiera (62007301), 6 créditos	Contabilidad Financiera (60001101), 12 créditos		
Economía Española y Mundial (62002103), 12 créditos		Entorno Económico (67102212), 6 créditos	Economía Española (62102213), 6 créditos + Economía Mundial (62103214), 6 créditos
Mercados Financieros (62005203), 6 créditos	Instrumentos y Mercados Financieros (60102219), 6 créditos		
Análisis Contable (62004101), 9 créditos	Estados Financieros I. Elaboración (60103212), 6 créditos + Estados Financieros II. Análisis (60104213), 6 créditos	Contabilidad Aplicada a las Decisiones Comerciales (67102213), 6 créditos	

Plan LADE	Grado FYCO	Grado MKeINV	Grado Economía
Contabilidad de Costes (62003201), 6 créditos	Contabilidad de Costes (60102210), 6 créditos		
Contabilidad de Gestión (62007303), 6 créditos	Control Directivo (63103211), 6 créditos		
Dirección Financiera (600002104), 12 créditos	Dirección Financiera I. Financiación (60103216), 6 créditos + Dirección Financiera II. Inversión (60103217), 6 créditos		Economía Financiera (63103225), 6 créditos
Investigación de Mercados (62008313), 6 créditos		Investigación de mercados (67103209), 6 créditos	
Organización y Gestión de los Recursos Humanos (62004201), 6 créditos		Gestión de Recursos Humanos (67103224), 6 créditos	
Dirección de Marketing (62004103), 6 créditos		Productos, Marcas y Precios (67102207), 6 créditos	
Marketing Estratégico (62004106), 6 créditos		Marketing Estratégico (67104206), 6 créditos	
Dirección Estratégica y Política de Empresa (62005101), 12 créditos	Estrategia Corporativa (60104223), 6 créditos		
Política Fiscal de la Empresa			Sistema Fiscal (63103209), 6 créditos

Plan LADE	Grado FYCO	Grado MKeINV	Grado Economía
(62003207), 6 créditos			
Proyecto Empresarial (62958319), 6 créditos	Creación de Empresas (63104226), 6 créditos	Creación de Empresas (63104226), 6 créditos	Creación de Empresas (63104226), 6 créditos
Economía del Sector Público (62003203), 6 créditos			Economía del Sector Público (63102208), 6 créditos
Fiscalidad Internacional (62007304), 4,5 créditos			Sistema Fiscal Español y Comparado (63103218), 6 créditos
Operaciones Bancarias y del Mercado Financiero (62007306), 6 créditos	Operaciones Financieras Avanzadas (60103221), 6 créditos		
Consolidación Contable (62004102), 6 créditos	Consolidación de Estados Financieros (60103208), 6 créditos		
Econometría (62004105), 9 créditos			Econometría I (63103206), 6 créditos + Econometría II (63103207), 6 créditos
Comportamiento del Consumidor (62005201); 6 créditos		Análisis del Consumidor (67102208), 6 créditos	
Economía Industrial (62005202), 9 créditos			Economía Industrial (63104214), 6 créditos
Ampliación de Macroeconomía			Modelos Macroeconómicos

Plan LADE	Grado FYCO	Grado MKeINV	Grado Economía
(62008304), 6 créditos			(63103215), 6 créditos
Ampliación de Microeconomía (62008305), 6 créditos			Microeconomía II (63103213), 6 créditos
Comunicación Comercial (62008307), 6 créditos		Comunicación de Marketing I (67103214), 6 créditos	
Economía Agraria (60007306), 6 créditos			Economía Agraria (63102220), 6 créditos
Economía Internacional (62008310), 6 créditos			Economía y Comercio Internacional (63104217), 6 créditos
Juego de Empresa (62008314), 6 créditos	Juego de Empresa (63104229), 6 créditos	Juego de Empresa (63104229), 6 créditos	Juego de Empresa (63104229), 6 créditos
Auditoría Contable (62008306), 6 créditos	Auditoría Financiera (60104209), 6 créditos		

En el Consejo de Gobierno, de fecha 29 de octubre de 2010, se aprobó también la siguiente Tabla de Adaptación:

LICENCIADO EN INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO → GRADO DE MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

	MEMORIA		NUEVA PROPUESTA	
	ITM	GRADO MKEINV	ITM	GRADO MKE INV
X	Mercadotecnia I	Introducción al marketing (63101108), 6 créditos	Mercadotecnia I: Marketing (67061105), 6 créditos	Introducción al marketing (63101108), 6 créditos
X	Mercadotecnia II	Planificación de marketing (67102205), 6 créditos	Mercadotecnia II: Gestión de Marketing (67061106), 6 créditos	Planificación de marketing (67102205), 6 créditos
X	Mercadotecnia III	Marketing estratégico (67104206), 6 créditos	Mercadotecnia III: Estrategias de Marketing (67062102), 6 créditos	Marketing estratégico (67104206), 6 créditos
	Innovación y nuevos productos (67062202), 4,5 créditos	Productos, marcas y precios (67102207), 6 créditos	Innovación y nuevos productos (67062202), 4,5 créditos	Productos, marcas y precios (67102207), 6 créditos
	Psicosociología del consumo (67061107), 4,5 créditos	Análisis del consumidor (67102208), 6 créditos	Psicosociología del consumo (67061107), 4,5 créditos	Análisis del consumidor (67102208), 6 créditos
	Investigación de mercados I (67061103), 6 créditos	Investigación de mercados (67103209), 6 créditos	Investigación de mercados I (67061103), 6 créditos	Investigación de mercados (67103209), 6 créditos
	Investigación de mercados II (67061104), 4),5	Investigación de mercados aplicada (67104210), 6	Investigación de mercados II (67061104), 4,5	Investigación de mercados aplicada

	MEMORIA		NUEVA PROPUESTA	
	ITM	GRADO MKEINV	ITM	GRADO MKE INV
	créditos	créditos	créditos	(67104210), 6 créditos
	Economía española (67061102), 6 créditos	Entorno económico (67102212), 6 créditos	Economía española (67061102), 6 créditos	Entorno económico (67102212), 6 créditos
X	Mercadotecnia IV	Comunicación de marketing I (67103214), 6 créditos	Mercadotecnia IV: Comunicación Integrada de Marketing (67062203), 6 créditos	Comunicación de marketing I (67103214), 6 créditos
	Logística de la distribución (67068304), 6 créditos	Logística de la distribución (67104220), 6 créditos	Logística de la distribución (67068304), 6 créditos	Logística de la distribución (67104220), 6 créditos
	Marketing internacional (62008315), 4,5 créditos	Marketing internacional (67104222), 6 créditos	Marketing internacional (62008315), 4,5 créditos	Marketing internacional (67104222), 6 créditos
	Marketing no empresarial (67068307), 6 créditos	Marketing no lucrativo (67103221), 6 créditos	Marketing no empresarial (67068307), 6 créditos	Marketing no lucrativo (67103221), 6 créditos
	Métodos estadísticos multivariantes (670(62204), 6 créditos	Análisis estadístico de datos (67103225), 6 créditos	Métodos estadísticos multivariantes (670(62204), 6 créditos	Análisis estadístico de datos (67103225), 6 créditos
	Administración de empresas (67061101), 6 créditos	Gestión de Recursos Humanos (67103224), 6 créditos	Administración de empresas (67061101), 6 créditos	Gestión de Recursos Humanos (67103224), 6 créditos
	Dirección estratégica (67061201), 6 créditos	Organización de Empresas (67103223), 6	Dirección estratégica (67061201), 6 créditos	Organización de Empresas

	MEMORIA		NUEVA PROPUESTA	
	ITM	GRADO MKEINV	ITM	GRADO MKE INV
		créditos		(67103223), 6 créditos
	Estadística aplicada (67062101), 6 créditos	Créditos optativos	Estadística aplicada (67062101), 6 créditos	Créditos optativos
	Espacio económico europeo (67061202), 6 créditos	Créditos optativos	Espacio económico europeo (67061202), 6 créditos	Créditos optativos
	Regulación jurídica del mercado (67061203), 6 créditos	Créditos optativos	Regulación jurídica del mercado (67061203), 6 créditos	Créditos optativos
	Economía de las organizaciones (67068301), 6 créditos	Créditos optativos	Economía de las organizaciones (67068301), 6 créditos	Créditos optativos
	Sistemas de información contable aplicados a las decisiones comerciales (67068308), 6 créditos	Créditos optativos	Sistemas de información contable aplicados a las decisiones comerciales (67068308), 6 créditos	Créditos optativos

**10.3 Enseñanzas que se extinguen por la implantación del siguiente título
propuesto**

Enseñanzas
Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado

6.- OTROS RECURSOS HUMANOS

Para el nuevo grado se cuenta con el personal de administración y servicios que actualmente desempeña su actividad en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Dicho Personal participa en la gestión de todos los títulos que ofrece el Centro

Número	Categoría	Ubicación
1	Administradora	Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
3	Jefe de Negociado	Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
1	Técnica Auxiliar de Secretaria	Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
2	Técnica Auxiliar de Negociado	Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
1	Apoyo Técnico Decanato	Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
3	Técnico Auxiliar de Conserjería	Conserjería de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Actualmente, el Personal de Administración y Servicios (PAS) adscrito a la Facultad descrito anteriormente podría resultar suficiente para poder hacer frente a las necesidades derivadas de la puesta en marcha de la nuevo título de grado, ya que no está previsto que su implantación suponga incremento de los grupos totales tomando en consideración el resto de titulaciones de grado a implantar en el Centro.

Con el Área de Atención Integral al Estudiante (ARATIES) se pretende conseguir la prestación de un servicio administrativo integral y de mayor calidad. La disponibilidad de ARATIES ha facilitado el reagrupamiento de distintos servicios, dirigidos a alumnos y profesores, que se encontraban dispersos en distintos edificios del Campus universitario. Esto ha implicado un cambio radical en el concepto de trabajo, que pivotaba sobre los Centros Universitarios (con tendencia a la autogestión y aislamiento) a otra basada en una gestión por procesos en la que se combata el fuerte carácter centrífugo de este tipo de instituciones.

Con esta iniciativa se pretende, entre otros objetivos, los siguientes:

Mejora de los accesos de los ciudadanos a los servicios públicos.

Simplificación de los procesos administrativos.

Regulación del acceso de los ciudadanos a los registros y expedientes públicos

Recepción y respuesta a las quejas y sugerencias.

Mejora de la información sobre los derechos y posibilidades de los usuarios.

Fomentar la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones.

El ARATIES está formado por tres servicios, a saber, el de Información y Registro, el de Gestión Administrativa de Alumnos y el de Gestión Académica de Alumnos. Tras la integración definitiva de las Secretarías de los Centros en la estructura del ARATIES, esta área se ha convertido en el punto de atención centralizada para todos los alumnos que demandan cualquier trámite relacionado con los procesos de gestión académica y administrativa de los títulos oficiales impartidos en la UAL.

- 1.- EL SERVICIO DE INFORMACION Y REGISTRO, que ofrece información, asesoramiento y orientación acerca de cualquier trámite relacionado con los estudios universitarios, con el expediente académico del alumno y otros asuntos de interés de ámbito universitario.
- 2.- EL SERVICIO DE GESTION ACADEMICA DE ALUMNOS encargada de los trámites relacionados con el examen de acceso y los procedimientos de admisión a la Universidad, de la gestión de las becas y ayudas al estudiantes, tanto del Estado como de la propia Universidad, así como de la matrícula del alumnos.
- 3.- EL SERVICIO DE GESTION ACADEMICA DE ALUMNOS, encargada de todos los trámites y mantenimiento del expediente académico del alumno.

La Oficina Atención tiene tres niveles, organizándose a través de un programa de gestión de colas y por turnos:

Línea 0: Estas personas serán las que atenderán a los ciudadanos que no tengan claro qué tipo de atención necesitan, informarán de cuestiones muy puntuales y de rápida solución, entregarán impresos, etc.

Línea 1: atención directa. Este primer nivel requiere que las personas han de saber de todo. Se atenderán las consultas y demandas más usuales, perfectamente procedimentadas y estructuradas que puedan ser atendidas utilizando un guión o manual de atención de primer nivel, relacionadas con entrega de solicitudes, preguntas comunes y tramites más frecuentes.

Segundo nivel: Alumnos/PDI. Se atenderán las consultas más especializadas o que requieran más tiempo o atención. En él se realizaría un estudio y seguimiento de las consultas para actualizar los documentos de preguntas más frecuentes y valorar, si tras una adecuada sistematización, determinadas demandas pueden ser transferidas al primer nivel. También se ocuparía del mantenimiento de una página de preguntas más frecuentes en el espacio web del Servicio. Para la atención al PDI se reserva un espacio cerrado al público.

A continuación se detalla la estructura administrativa que sostiene la prestación del servicio
SERVICIO DE INFORMACIÓN Y REGISTRO

1 Jefe de Servicio

1 Administrador Registro

1 Jefe de Negociado de Registro

2 Puesto Base Técnico Administración

1 Puesto base Administrativo

1 Administrador Información

Línea cero

Puesto Base Técnico Administración

Línea uno

1 Jefe de Negociado Información

1 Jefe de Negociado Atención al Estudiante

1 Jefe de Negociado Asuntos Generales

4 Puesto Técnico Administración

1 Administrador Calidad, web y e-Administración

1 Jefe de Negociado

SERVICIO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE ALUMNOS

1 Jefe de Servicio

1 Administrador Becas

Jefe de Negociado Becas Estatales

Jefe de Negociado Becas Propias UAL

Jefe de Negociado otras becas

1 Administrador Acceso

Jefe de Negociado Coordinación

Jefe de Negociado Acceso

Jefe Negociado Acceso Másteres

1 Administrador Matrícula

3 Jefe Negociado matricula

2 Puesto Base Técnico Administración

2 Puesto base Administrativo
 SERVICIO DE GESTIÓN ACADÉMICA DE ALUMNOS
 1 Jefe de Servicio
 1 Administrador Procesos Relación con Centros
 1 Jefe de Negociado
 1 Administrador Procesos Reconocimiento créditos
 3 Jefe de Negociado
 1 Administrador Procesos Títulos
 3 Jefe de Negociado
 1 Administrador Procesos Actas
 1 Jefe de Negociado
 1 Administrador Procesos Gestión Cobros y mantenimiento
 1 Jefe de Negociado
 1 Administrador Oficina de Postgrado
 3 Jefe de Negociado de Posgrado
 Grupo IAGOR
 4 Gestor Administración Adaptación de Aplicaciones Académicas
 13 Puesto Base Técnico Administración

El grado lleva implantado desde el curso 2010-11, con una dotación de medios personales y materiales suficientes y no han sido objeto de modificación desde la fecha. En el caso de que hubiera que ampliar la dotación de recursos humanos, ésta se hará de acuerdo con los arts. 101 y ss. de los Estatutos de la UAL aprobados por el Decreto 343/2003 de 9 de diciembre, BOJA núm. 247, de 24 de diciembre de 2003, establecen que las contrataciones del personal docente e investigador se harán mediante concurso público a las que se les dará la necesaria publicidad dando cumplimiento a la Ley Orgánica de Universidades y al ordenamiento jurídico vigente para la contratación pública.

Los procedimientos incluyen la solicitud y dotación de plazas, convocatoria de los concursos, bases de la convocatoria y requisitos de los concursantes, gestión de las solicitudes, resolución de admisión de candidatos, formación de comisiones y de abstención, renuncia y recusación de los miembros que la forman, desarrollo del concurso, valoración de méritos, trámite de alegaciones y adjudicación de la plaza y formalización del contrato laboral.

A su vez, el art. 105.2 de los estatutos de la UAL, establece que las bases de la convocatoria de los concursos garantizarán la igualdad de oportunidades de los candidatos en el proceso selectivo y el respeto a los principios constitucionales de igualdad, mérito y capacidad.

Según los anteriores principios informadores y del marco legislativo de aplicación, la Universidad de Almería queda vinculada y asume plenamente los contenidos de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, con su desarrollo autonómico Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, así como el RDL 1/2013 por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social.

2.-Justificación del título propuesto

2.1 Interés académico, científico o profesional del mismo

El título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados puede entenderse como uno de los grados resultantes de la transformación de las titulaciones de Diplomado en Ciencias Empresariales (DCE) y Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (LADE) de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Almería (UAL), si bien la Asociación de Universidades Públicas Andaluzas, con fecha de 15 de mayo de 2008, concretó que este grado se considerara como la conversión de la DCE.

Adicionalmente, este grado también tiene su origen en gran medida en la titulación de segundo ciclo de Investigación y Técnicas de Mercado (ITM), ofertado por nuestra Facultad en el curso 2006-07. Desde su inicio comenzó a impartirse como Experiencia Piloto del Espacio Europeo de Educación Superior. Para facilitar esta labor y la aplicación de la nueva metodología de enseñanza-aprendizaje, se limitó el número de alumnos matriculados a 30 por curso, circunstancia que ha facilitado la implementación de metodologías novedosas y mejorado el aprendizaje del alumnado, acercándolo de forma considerable a la realidad de la práctica comercial de las organizaciones.

Por lo que respecta a los títulos de DCE y LADE, como puede observarse en la tabla 1. la evolución de la demanda de los cursos académicos precedentes a la implantación demuestra la importante demanda social que tienen los estudios de ciencias empresariales, así como la elevada demanda potencial de esta clase de títulos para los próximos años.

Tabla 1. Número de preinscripciones para cursar estudios de Diplomado en Ciencias Empresariales y Licenciado en Administración y Dirección de Empresas en la Universidad de Almería

Estudios	Total de preinscripciones por curso académico							
	2003-04		2004-05		2005-06		2006-07	
Diplomado en Ciencias Empresariales (Plan 2000)	247	11,02	266	11,44	298	11,92	301	12,62
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (Plan 2000)	168	7,50	165	7,10	154	6,16	139	5,83
Total preinscripciones titulaciones 1 y 2º ciclo Universidad de Almería	2.241	100,00	2.325	100,00	2.499	100,00	2.386	100,00

La evolución del número de alumnos preinscritos en ITM desde el curso en que comenzó a impartirse en esta Universidad queda reflejado en la tabla 2.

Tabla 2. Número de preinscripciones para cursar estudios de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado en la Universidad de Almería

2006-07	2007-08	2008-09
28	31	33

Es preciso recordar que esta titulación ha tenido como límite de matrícula 30 alumnos por curso, cubriéndose todos los años las plazas ofertadas.

• Justificación del interés del título.

El conocimiento e implementación del marketing en las empresas van siendo cada vez más necesarios para afrontar la situación cambiante del entorno, la elevada competencia, la presencia de consumidores cada vez más formados e informados a los que es preciso conocer y satisfacer más y mejor, la reducción del ciclo de vida del producto, etc. Dichos aspectos se encuentran poco desarrollados en una gran parte del tejido empresarial almeriense, si bien es cierto que son cada vez más las empresas que están siendo conscientes de su necesidad para sobrevivir y ser competitivas en el mercado. Ante esta situación, el Grado en Marketing e Investigación de Mercados viene a servir de apoyo y ayuda a estas empresas en el momento de afrontar los retos que se vayan planteando. A

través de estos estudios, los estudiantes adquieren una sólida base de conocimientos de marketing, así como una visión práctica y analítica de los problemas, muy adaptada a la necesidad real de las empresas. En este sentido, adquieren la capacidad para analizar la información, conocer los mercados y la habilidad de planificar y aplicar las estrategias de marketing y dirección en la búsqueda del éxito de la empresa.

La Junta de Gobierno del Colegio Oficial de Economistas de Almería, en su reunión con el equipo decanal de fecha 26-06-08, manifestó su interés por que se ofertara el grado en Marketing e Investigación de Mercados en la Universidad de Almería, junto con los grados en ADE, Finanzas y Contabilidad, y Economía.

Desde el punto de vista del desarrollo del conocimiento científico, el cuerpo doctrinal de esta titulación está completamente reconocido dentro de las áreas de conocimiento existentes en la actualidad. Por ello, la implantación del grado propuesto puede ayudar a potenciar el desarrollo de estos campos científicos.

También conviene tener en cuenta que el establecimiento de un título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados en la Universidad de Almería, presenta un elevado interés desde el punto de vista institucional, pues la UAL cuenta con personal docente e investigador preparado y especializado para su puesta en práctica.

- **Salidas profesionales y tareas a realizar.**

Las principales salidas profesionales de los graduados en Marketing están orientadas al ejercicio de cargos de responsabilidad en el ámbito del marketing en el mundo de las empresas y las organizaciones, y al ejercicio libre de la profesión. Éstos pueden trabajar en todos los sectores y en la mayor parte de las empresas ya que son los encargados de las campañas de venta, imagen, comercialización, estudios de mercado, etc. Específicamente podrán desarrollar sus funciones en empresas de mercadotecnia, estadística o en los Departamentos de Marketing de empresas públicas o privadas.

Las tareas a realizar son, en general,

- Análisis y planteamiento de objetivos y actividades comerciales
- Diseño del plan de marketing
- Llevar a cabo actividades relacionadas con el mix de marketing (precio – estimación del valor de la oferta, del precio adecuado de negociación, diferenciación de precios, etc.– , producto –gestión de la cartera, planteamiento de posicionamiento, política de marca, diferenciación de productos, etc.–, distribución –diseño de canales de distribución, negociación con distribuidores, actividades en logística, estudios de merchandising, etc.–, comunicación comercial –planteamiento de estrategias de comunicación comercial, planificación y ejecución de campañas publicitarias, negociación con agencias, estrategias de marketing directo, etc.–)
- Ventas: planificación y dirección de ventas, planteamiento y ejecución de entrevistas de venta eficaces, etc.
- Estudios sobre investigación de mercados: de las necesidades del comprador, hábitos de los consumidores, tipologías de clientes, análisis de la competencia, segmentación de mercados, estudios de posicionamiento de productos, marcas y empresas, estudios de mercados internacionales, estudios sectoriales, etc.
- Planificación, ejecución y análisis de encuestas sobre satisfacción de los clientes.
- Servicio y atención al cliente
- Plan de fidelización de clientes
- Previsión de ventas y gestión de stocks

El título de graduado en Marketing e Investigación de Mercados ofrece los siguientes puestos dentro de la empresa:

- Director comercial o de marketing que asume la máxima responsabilidad en las actividades de la empresa frente al mercado

- Product manager que es el encargado del desarrollo y ejecución del plan de marketing de una línea de productos de la empresa
- Director de cuentas, encargado del mantenimiento y desarrollo de la relación establecida con los clientes principales de la empresa
- Jefe de delegación comercial, máximo responsable de las actividades de distribución y de marketing en el territorio de la delegación
- Responsable de investigación de mercados, encargado de suplir a la empresa de información del mercado en cantidad y calidad suficiente como para tomar decisiones de forma correcta
- Director de ventas, responsable de la dirección del equipo de ventas de la empresa.
- Responsable del marketing directo
- Responsable del comercio electrónico
- Director de comunicación o publicidad
- Director de importación y exportación y, en su caso, de comercio internacional
- Director o técnico de compras y ventas
- Director de logística
- Jefe de distribución
- Ejecutivo comercial, etc.

2.2 Referentes externos

Para elaborar el plan de estudios de Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Almería se han utilizado diversos referentes, entre los que destacamos los siguientes:

a) De carácter general.

- Pautas establecidas por ANECA a través de su Guía de Apoyo para la elaboración de la Memoria de los Títulos de Grado.
- Informes “Tuning Educational Structures in Europe”, su versión original de 2005 y la ampliada de 2006.
- Informe “Reflex sobre el profesional flexible en la Sociedad del conocimiento” editado por la ANECA (28/06/2007).

b) De carácter específico:

- Libro Blanco sobre los estudios de Grado en economía y Empresa . Conferencia de Decanos de Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales (CONFED).
- Informe “Adaptación de los estudios de ITM al EEEs, 2005 y 2006”. En su elaboración participaron 15 Universidades de España, entre ellas la Universidad de Almería, siendo financiado por la Junta de Andalucía, y por la Junta de Castilla y León
- Informe “Los economistas ante el espacio europeo de educación superior. Análisis desde la experiencia y determinaciones de las necesidades futuras”, editado por el Consejo General de Colegios de Economistas, febrero, 2008.
- Planes de estudio de la licenciatura de Investigación y Técnicas de Mercado de varias universidades públicas y privadas españolas. Las universidades españolas vigentes a la entrada en vigor de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de Abril (por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades) en las que dicho título se imparte son: Almería, Antonio de Lebrija, Autónoma de Barcelona, Autónoma de Madrid, Central de Barcelona, Extremadura, Granada, León, Miguel Hernández, Murcia, Oberta de Catalunya, País Vasco, Pompeu Fabra, Pontificia de Comillas-ICADE, Rey Juan Carlos-Esic, San Pablo CEU, Sevilla, Valencia y Valladolid.
- Planes de estudio de grados de perfil similar en universidades extranjeras. Uno de los aspectos fundamentales a tener en cuenta en el proceso de implantación de los títulos de grado es la existencia de estudios superiores asimilables en los países que participan en la articulación del Espacio Europeo de Educación Superior. Algunos de ellos se mencionan a continuación:

País	Universidad
ALEMANIA	Fachhochschule Nordhausen (www.fh-nordhausen.de)
BÉLGICA	Katholieke Hogeschool Leuven (www.kuleuven.be)
DINAMARCA	Universitet of Aarhus (www.asb.dk)
ESLOVENIA	Univerza v Ljubljani (www.uni-lj.si)
FINLANDIA	Seinajoki Business School (www.seinajoki.fi) Vaasa University (www.uwasa.fi)
FRANCIA	ISC-Paris. School of Management (www.isc-paris.fr)
HOLANDA	Hogeschool Van Utrecht (www.hvu.nl) Hogeschool Hertogenbosch (www.avans.nl)
IRLANDA	Dublin Institute of Technology (www.dit.ie) National University Ireland Galway (www.nuigalway.ie)
ITALIA	Universita Degli Studi Di Verona (www.univr.it)
POLONIA	Uniwersytet Gdanski (www.univ.gda.pl)
PORTUGAL	Instituto Politecnico de Santarem (www.ipsantarem.pt)
REINO UNIDO	Sheffield Hallam University (www.shu.ac.uk) Hertfordshire University (www.herts.ac.uk)
SUECIA	Stockholms Universitet (www.su.se)
SUIZA	FH Solothurn Nordwestschweiz (www.fhnw.ch)

El análisis de estos planes de estudio ha facilitado la propuesta de las materias y competencias que constituyen el 25% específico del Grado. Así, se completa el plan de estudios con materias referidas a Dirección Comercial, Análisis del consumidor, Investigación de Mercados, Comunicación Integrada, Distribución Comercial, Marketing sectorial y Gestión de las relaciones con los clientes, entre otras.

- Acuerdo del 75% de módulos comunes de la titulación en todas las universidades andaluzas, en lo relativo a la denominación del módulo, número de créditos, competencias desarrolladas y breve descripción de los contenidos, aprobado por la Comisión de la Rama de Ciencias Económicas y Empresariales el 11-09-2008 y por el Consejo Andaluz de Universidades con fecha 15-10-2008.
- Informes de asociaciones y colegios profesionales: Federación Española de Marketing, Asociación Española de estudios de mercado, marketing y opinión (Aedemo), Asociación Española de marketing académico y profesional (AEMARK)

2.3	Descripción de los procedimientos de consulta internos
Comisiones de Titulación de la UAL El documento “directrices para la adecuación de las actuales enseñanzas a los nuevos títulos oficiales de la UAL”, aprobado en Consejo de Gobierno de fecha 1-04-2008, establece que formarán parte de las Comisiones de Titulación encargadas de elaborar la propuesta de memoria para la verificación del título por el Consejo de Universidades los siguientes miembros: • Decano/a o Director/a de Centro de la Titulación correspondiente o miembro del equipo decanal o de dirección en quién delegue. • Un miembro del equipo de dirección del centro con vinculación académica a la titulación, que actuará como secretario de la comisión con voz y voto. • Un miembro del profesorado de la titulación, nombrado por la Unidad de Coordinación de titulaciones, previa consulta con los responsables del Centro. • Un representante de cada área de conocimiento responsable de asignaturas con participación superior al 10% (truncalidad + obligatoriedad) en los actuales planes de	

estudios, hasta un máximo de 5 representantes, elegidos por los respectivos Consejos de Departamento y nombrados por la Junta de Centro.

- Una representación de las áreas de conocimiento responsables de asignaturas con participación inferior al 10%, o en su caso el 5% (truncalidad + obligatoriedad) en los actuales planes de estudios, hasta un máximo de 2 representantes, nombrados por la Junta de Centro.
- Dos estudiantes por titulación nombrados por la Junta de Centro.
- Un miembro del personal de administración y servicios nombrado por la Junta de Centro.
- Un miembro de la Unidad de Garantía de Calidad de la Titulación, nombrado por ésta.
- Dos expertos en el ejercicio de la profesión o empleadores, designados por la Comisión de Estrategia y Relaciones con la Sociedad del Consejo Social de la UAL y aprobados por este órgano con fecha 19-06-2008 (a participar únicamente en las reuniones plenarias).
- Dos egresados/as por titulación, designados por el Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo (a participar únicamente en las reuniones plenarias).

Composición de la comisión del título de grado en Marketing e Investigación de Mercados

a) Presidente

Decano de la Facultad

b) Miembro del equipo decanal

Secretario de la Facultad

c) Profesor designado por la Unidad de Coordinación de Titulaciones

Profesor del área de Economía aplicada

d) Profesores representantes de las áreas mayoritarias

Profesor del área de Economía financiera y contabilidad

Profesor del área de Economía aplicada

Profesor del área de Organización de empresas

Profesor del área de Comercialización e investigación de mercados

e) Profesores representantes de las áreas minoritarias

Profesor del área de Estadística e investigación operativa

Profesor del área de Filología inglesa

f) Estudiantes

Estudiante de LADE

Estudiante de DCE

g) P.A.S.:

Personal de la secretaría de la Facultad

h) Miembro de la Unidad de Garantía de Calidad de la Titulación

Profesor del área de Marketing e Investigación de Mercados

i) Empleadores:

Empresario (Gerente de Almafrut Almería, Presidente de la Fundación Tecnova, socio y consejero de varias sociedades)

Empresario y Presidente del Grupo de Trabajo de Formación de la Fundación Mediterránea

j) Titulados:

Licenciada en ADE por la UAL, ejerce desde hace 6 años como técnico de la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, analizando proyectos empresariales.

Titulado con experiencia en la gestión y dirección de empresas y proyectos con especialización en el campo del marketing, así como la creación y gestión de equipos de trabajo multidisciplinares.

Fechas de las reuniones de la Comisión de Titulación

11-06-2008 (plenaria); 3-07-2008; 28-10-2008; 10-11-2008; 17-11-2008; 12-01-2009; 8-05-2009

Composición del Grupo de Trabajo del título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados

a) Presidente:

Vicedecana de la Facultad

b) Profesores áreas mayoritarias

Profesor del área de Economía Aplicada

Profesor del área de Comercialización e Investigación de Mercados

Profesor del área de Organización de Empresas

Profesor del área de Comercialización e Investigación de Mercados

c) Estudiantes

Estudiante de Investigación y Técnicas de Mercado

Fechas de las reuniones del Grupo de Trabajo (fijación contenidos específicos)

10-12-2008; 17-12-2008; 21-02-2009; 13-02-2009; 8-05-2009; 25-05-2009

Difusión del proceso de elaboración del título de grado mediante aula virtual

El equipo decanal de la Facultad creó, con fecha 18-04-2008, un aula virtual sobre WebCT, en la que se dieron de alta todos los profesores con docencia en las titulaciones del centro, y los estudiantes y agentes externos que formaron parte de las comisiones de título. En dicha aula se fue publicando toda la documentación generada a lo largo del proceso de discusión en el ámbito andaluz y de la Universidad de Almería.

Publicación de la memoria de verificación en la web de la Universidad de Almería

Durante los días 21/09/09 al 1/10/09 se hizo pública la memoria de verificación del título para su consulta y, en su caso, la presentación de alegaciones.

2.4 Descripción de los procedimientos de consulta externos

En el capítulo de consultas externas realizadas, pueden citarse las siguientes Comisiones y Grupos de Trabajo:

Comisiones de Ramas de Conocimiento Andaluzas

Siguiendo las directrices del Consejo Andaluz de Universidades sobre coordinación entre universidades para alcanzar consensos respecto a la configuración de un 75% común en las titulaciones, se ha constituido una comisión andaluza para cada titulación, en la que interviene una representación de todas las universidades que imparten el título. Además, se han constituido 7 Comisiones de Rama de Conocimiento paritarias entre agentes sociales y los vicerrectores con competencias en Espacio Europeo y Nuevas Titulaciones, representantes de cada una de las universidades andaluzas. Las comisiones se constituyeron con arreglo al siguiente calendario:

Día	Rama	Hora
14-05-08	Ciencias Sociales y de la Educación	11:30 h

14-05-08	Económicas y empresariales	17:00 h
14-05-08	Ingeniería y Arquitectura	19:00 h
15-05-08	Ciencias	9:30 h
15-05-08	Ciencias de la Salud	11:30 h
15-05-08	Arte y Humanidades	13:30 h
15-05-08	Jurídicas	17:00 h

Día y hora de constitución de las distintas Comisiones de Rama

Según acuerdo de la Asociación de Universidades Públicas Andaluzas, en las Comisiones de Rama tuvieron representación los estudiantes elegidos a través del Consejo Andaluz de Estudiantes y nombrados por la Consejería de Innovación Ciencia y Empresa.

Asimismo figura como acuerdo del mismo órgano que la Consejería se encargaría de nombrar y citar a todos los agentes sociales y de tener una reunión previa a la constitución de las Comisiones de Rama para ponerlos en antecedentes de los trabajos y acuerdos que hasta el momento se habían alcanzado.

La Comisión de Rama de Ciencias Económicas y Empresariales informó los acuerdos de las diferentes Comisiones de Título de la Rama en su reunión del 11-09-2008.

Comisiones Andaluzas de Título

La Comisión Andaluza del Título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados se constituyó el 4-06-2008 y finalizó su actuación con el acuerdo del 4-09-2008.

Consulta a empleadores

La Universidad de Almería organizó, junto con la Fundación Mediterránea y con la colaboración de la Cámara de Comercio y ASEMPAL, unas Jornadas sobre Demandas Sociales en el nuevo Mapa de Titulaciones de la Universidad de Almería, con los siguientes objetivos:

- Dar a conocer el proceso de cambio de titulaciones que está viviendo la Universidad de Almería, de acuerdo con el Espacio Europeo de Educación Superior.
- Detectar las competencias demandadas por el mercado laboral para las nuevas titulaciones.
- Ayudar a definir los perfiles académicos y profesionales, y debatir sobre la necesidad de prácticas externas en los nuevos planes.

En el taller de trabajo de la jornada se puso a disposición de los empleadores un documento en el que figuraba un compendio de competencias extraídas del proyecto Tuning y de un conjunto de libros blancos de titulaciones de nuestra universidad. La valoración de las mismas estaba comprendida entre 1 (nada importante) y 5 (muy importante).

Se muestran a continuación las competencias consideradas más importantes y su porcentaje de aceptación:

COMPETENCIAS	Importante	Bastante Importante	Muy Importante
	%	%	%
Conocimientos básicos de la profesión	13,0	15,2	63,0
Capacidad de organizar y planificar	15,2	45,7	34,8
Capacidad para resolver problemas	13,0	26,1	43,5
Capacidad para la toma de decisiones	13,0	30,4	32,6
Habilidad en el uso de las TIC	28,3	39,1	21,7
Habilidades de gestión de la información	39,1	32,6	10,9
Capacidad crítica y autocrítica	34,8	28,3	26,1
Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica	15,2	45,7	
Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones	26,1	41,3	26,1
Capacidad para dirigir equipos y organizaciones	41,3	32,6	13,0
Motivación por el trabajo	15,2	21,7	37,0
Sensibilidad por el medioambiente	45,7	21,7	2,2

Reuniones con Colegios Profesionales

El equipo decanal del centro mantuvo 2 reuniones con la Junta de Gobierno del Colegio Oficial de Economistas de Almería los días 26-06-2008 y 26-11-2008, para informar sobre el proceso de elaboración del nuevo título de grado y recabar sus sugerencias, que han presentado en sendos informes, de julio de 2008 y enero de 2009 (Anexos V y VI respectivamente).

El equipo decanal del centro mantuvo una reunión con la Junta Directiva del Colegio Oficial de Titulados Mercantiles y Empresariales de Almería, para informar sobre el proceso de elaboración del nuevo título de grado y recabar sus sugerencias, el día 27 de mayo de 2009. Estas sugerencias, se pusieron en conocimiento de la Comisión del Plan de Estudios.

6.- Personal Académico

Profesorado y otros recursos humanos necesarios y disponibles para llevar a cabo el plan de estudios propuesto. Mecanismos de que se dispone para asegurar que la contratación del profesorado se realizará atendiendo a los criterios de igualdad entre hombres y mujeres y de no discriminación de personas con discapacidad

Profesorado y otros recursos humanos necesarios y disponibles. Adecuación del Profesorado y el personal de apoyo al plan de estudios disponible

En la presente memoria se especifican datos correspondientes al profesorado que constituye el personal académico disponible, aportándose información sobre su vinculación a la Universidad y su experiencia docente e investigadora. Este personal académico permite que la UAL pueda impartir el título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados con un profesorado de alta cualificación, con amplia experiencia investigadora y docente, y con un perfil idóneo para las materias que imparten. Este importante equipo humano permitirá transmitir al alumnado los conocimientos teóricos y las técnicas asociadas, y posibilitará el que los alumnos alcancen el nivel competencial recogido en el perfil del egresado establecido en esta memoria.

Los datos de este personal académico se han extraído del profesorado de las áreas que han impartido docencia durante el curso académico 2008/2009 en la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado.

DOCTORES que imparten docencia en la titulación	
Número	13
%	59,09
CATEGORÍA ACADÉMICA DEL PROFESORADO DISPONIBLE (RESUMEN)	
Categoría	Nº
CU	1
TU	3
CEU	-
TEU	5
Colaboradores	4
Contratado Doctor	3
Asociado Doctor	1
Ayudante Doctor	-
Ayudante	1
Asociado	5

DEDICACIÓN AL TÍTULO DEL PROFESORADO			
	Nº	%	% de dedicación al título
TIEMPO COMPLETO	17		31,24
TIEMPO PARCIAL	5		45,09

EXPERIENCIA DOCENTE DEL PROFESORADO (%)	
MÁS DE 10 AÑOS	22,73
ENTRE 5 Y 10 AÑOS	45,45
MENOS DE 5 AÑOS	31,82

EXPERIENCIA INVESTIGADORA DEL PROFESORADO (%)

MÁS DE 3 SEXENIOS	0,00
MÁS DE 2 SEXENIOS DE ACTIVIDAD	0,00
ENTRE 1 Y 2 SEXENIOS DE ACTIVIDAD	9,09
MENOS DE UN SEXENIO DE ACTIVIDAD	90,91

EXPERIENCIA PROFESIONAL DEL PROFESORADO (DIFERENTE DE LA ACADÉMICA O INVESTIGADORA) (%)	
MÁS DE 10 AÑOS DE ACTIVIDAD	75%
ENTRE 5 Y 10 AÑOS DE ACTIVIDAD	20%
MENOS DE 5 AÑOS DE ACTIVIDAD	5%

La Tabla siguiente proporciona algunos datos sobre la experiencia investigadora y docente de los profesores que pertenecen a los dos departamentos que soportan el grueso de la docencia en los grados propuestos por la Facultad (Dirección y Gestión de Empresas y Economía Aplicada), incluyendo el Grado en Administración y Dirección de Empresas, Grado en Economía, Grado en Finanzas y Contabilidad, y Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

EXPERIENCIA DOCENTE E INVESTIGADORA DEL PROFESORADO DE LAS ÁREAS MAYORITARIAS DE LOS GRADOS DE LA FACULTAD⁽¹⁾

Área de conocimiento	Nº Sexenios	Nº Quinquenios	Grupos investigación ^{de} ⁽²⁾⁽³⁾	Proyectos Plan Nacional I+D+I ⁽²⁾
Economía Financiera y Contabilidad	8	67	4	1
Organización de Empresas	4	17	1	1
Comercialización e Investigación de Mercados	4	19	2	2
Economía Aplicada ⁽⁴⁾	11	57	3	2

⁽¹⁾ Información referida a 1/01/2010 proporcionada por la Unidad de Datos de la UAL

⁽²⁾ Dirigido y formados mayoritariamente por profesores del área

⁽³⁾ Grupos consolidados con financiación pública regional y del plan propio de la UAL

⁽⁴⁾ Incluye Historia e Instituciones Económicas, y Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa

La experiencia investigadora y la producción científica de los profesores de los departamentos principalmente implicados en los grados de la Facultad, se materializa en la obtención de un número considerable de tramos de investigación reconocidos. En la misma línea, la experiencia docente acreditada en el número de tramos docentes reconocidos es relativamente elevada (3 quinquenios por profesor funcionario).

El número de grupos de investigación consolidados con financiación pública de ámbito regional es de 10. La producción científica de estos grupos puede consultarse en las siguientes direcciones de páginas Web:

Denominación Grupo	Dirección Web
COMPARABILIDAD Y ANALISIS DE LA INFORMACION ECONOMICO-CONTABLE	http://www.ofertacientifica.ual.es/investigacion/oferta/grupo_otri.jsp?codigo=SEJ323
FINANZAS EMPRESARIALES	http://www.ofertacientifica.ual.es/investigacion/oferta/grupo_otri.jsp?codigo=SEJ296
GESTION DE RECURSOS Y FORMAS	http://www.ofertacientifica.ual.es/investigacion/oferta/grupo_otri.jsp?codigo=SEJ334

ORGANIZATIVAS	
GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA Y ARMONIZACIÓN CONTABLE INTERNACIONAL	http://www.ofertacientifica.ual.es/investigacion/oferta/grupo_otri.jsp?codigo=SEJ443
MARKETING Y ESTRATEGIA: INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	http://www.ofertacientifica.ual.es/investigacion/oferta/grupo_otri.jsp?codigo=SEJ254
NUEVAS TENDENCIAS EN MARKETING	http://www.ofertacientifica.ual.es/investigacion/oferta/grupo_otri.jsp?codigo=SEJ324
NUEVOS ENFOQUES EN FINANZAS Y SISTEMAS DE INFORMACION EMPRESARIAL	http://www.ofertacientifica.ual.es/investigacion/oferta/grupo_otri.jsp?codigo=SEJ385
AVANCES EN ECONOMIA APLICADA	http://www.ofertacientifica.ual.es/investigacion/oferta/grupo_otri.jsp?codigo=SEJ434
GRUPO ALMERIENSE DE ECONOMIA APLICADA	http://www.ofertacientifica.ual.es/investigacion/oferta/grupo_otri.jsp?codigo=SEJ147
LABORATORIO DE ECONOMIA APLICADA	http://www.ofertacientifica.ual.es/investigacion/oferta/grupo_otri.jsp?codigo=SEJ125

En su conjunto, la experiencia investigadora traducida en la publicación de trabajos en artículos, capítulos de libros, libros, dirección de proyectos y contratos de investigación, etc., apoya la capacidad de los profesores de la facultad para la impartición de los grados propuestos.

En el caso particular del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, la Facultad cuenta con un número suficiente de profesores para la impartición de las materias propias del mismo, con experiencia docente e investigadora en las principales áreas de estudio implicadas, relacionadas con la comercialización y la investigación de mercados.

La Tabla siguiente proporciona información sobre el profesorado de las áreas mayoritarias de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, indicando el número por categorías. En los últimos años se ha producido un proceso de consolidación de las plantillas con un incremento notable en el número de catedráticos de universidad y profesores titulares de universidad. En la misma línea, se ha incrementado el número de contratados doctores, estando prevista la paulatina conversión de los profesores ayudantes y colaboradores a esta figura contractual, conforme al proceso de acreditación nacional, y según acuerdo establecido con la Universidad de Almería y la Consejería correspondiente de la Junta de Andalucía.

Adicionalmente, las áreas de conocimiento más deficitarias han sido dotadas de becarios de investigación (5) con financiación de la Junta de Andalucía, que han completado parte de su proceso de formación investigadora y que se encuentran realizando la tesis doctoral.

PROFESORADO POR CATEGORÍAS EN LAS ÁREAS MAYORITARIAS DE LOS GRADOS DE LA FACULTAD⁽¹⁾

Área de conocimiento	CU	TU	TEU	C. D.	Ay. D.	Ay.	Col.	Bec.I.	As.
Comercialización e Investigación de Mercados	1	4	2	2	-	2	1	1	10
Economía Aplicada	3	11	4	3	-	-	1	-	8
Economía Financiera y Contabilidad	2	14	4	2	-	2	2	1	7
Organización de Empresas	1	4	2	1	1	-	4	3	10

⁽¹⁾ Información referida a 1/01/2010 proporcionada por la Unidad de Datos de la UAL

CU: Catedráticos de Universidad

TU: Titulares de Universidad

TEU: Titulares de Escuela Universitaria

C. D.: Contratados doctores

Ay. D.: Ayudantes doctores

Ay.: Ayudantes

Col.: Colaboradores (doctores y no doctores)

Bec. I.: Becarios de Investigación de la Junta de Andalucía o del Plan Nacional

As. Asociados y otros.

El área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados cuenta con un número relativamente elevado de profesorado consolidado, con experiencia docente y académica adecuada para el grado propuesto.

La propuesta de implantación conjunta de cinco grados en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales ha ido acompañada de un estudio sobre la disponibilidad de recursos suficientes en las áreas de conocimiento más directamente implicadas en los mismos. La Tabla siguiente resume el potencial (teniendo en cuenta la dedicación de las diferentes figuras contractuales), equivalente al número de horas que podrían impartir los profesores del área de conocimiento, y la carga, expresada en horas, que ha sido calculada teniendo en cuenta la propuesta de adscripción de las asignaturas a los profesores correspondientes de las diferentes áreas de conocimiento.

POTENCIAL Y CARGA (EN HORAS) DE LAS ÁREAS MAYORITARIAS DE LOS GRADOS DE LA FACULTAD⁽¹⁾

Área de conocimiento	Potencial	Carga G. ADE	G. Economía	G. FyCO	G. Marketing	G. Turismo
Comercialización e Investigación de Mercados	3.300	676	56	112	1.031	295
Economía Aplicada	6.090	1.182	1.258	449	283	177
Economía Financiera y Contabilidad	6.690	1.634	171	2.595	171	118
Organización de Empresas	4.380	2.005	167	331	226	354

⁽¹⁾ Información referida a 1/01/2010 proporcionada por el Vicerrectorado de Profesorado y Ordenación Académica.

Nota 1: Se suponen 3 grupos docentes y 6 grupos de trabajo en el Grado en Administración y Dirección de Empresas, 2 grupos docentes y 4 grupos de trabajo en el Grado en Finanzas y Contabilidad, 1 grupo docente y 2 grupos de trabajo en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados, 1 grupo docente y 2 grupos de trabajo en el Grado en Economía, y 1 grupo docente y 2 grupos de trabajo en el Grado en Turismo. Se supone que estos grupos se mantienen en los 4 cursos de cada grado.

Como puede comprobarse, en todos los casos, el potencial es más que suficiente para asumir la carga lectiva propuesta, además de las tutorizaciones de las prácticas en empresas y el trabajo fin de grado, que pueden ser asumidas por profesores de las diferentes áreas de conocimiento que se integran en la Facultad.

Para la mejora de los resultados de investigación del personal docente e investigador vinculado al Grado, la Universidad de Almería desarrolla diferentes acciones a las que pueden acogerse los profesores, y que se engloban en el Plan cuyas líneas maestras se sintetizan a continuación:

PLAN DE MEJORA DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

La Universidad de Almería dispone de un Plan Organizado para promover la actividad científica de sus investigadores. Al igual que en otras Universidades dicho Plan comprende la participación de los mismos en:

- I) Plan Nacional de I+D+i
- II) Plan Andaluz de I+D+i
- III) Plan Propio de la Universidad de Investigación
- IV) Plan Propio de la Universidad de Transferencia de los Resultados de la Investigación

En lo que respecta a los dos últimamente citados, señalar que el **Plan Propio de Investigación de la Universidad de Almería (UAL)** es un plan complementario del Plan

Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI) y de otros planes nacionales e internacionales.

Se financian las siguientes acciones:

1. Ayudas para la Formación del Personal Investigador
2. Renovación de las ayudas para la Formación del Personal Investigador
3. Contratos puente
4. Ayuda a Grupos de Investigación
5. Profesores invitados, Estancias en otros Centros de Investigación y Organización de Congresos
6. Acciones especiales para Grupos de Investigación
7. Ayuda a Grupos de Investigación por cumplimiento de indicadores del Contrato Programa

Por su parte, el **Plan de Transferencia de los Resultados de la Investigación** de la Universidad de Almería tiene el propósito de vincular los potenciales de los grupos de investigación e investigadores de nuestra Universidad, con los sectores productivos para así facilitar la transferencia de conocimiento de una forma más dinámica, generando tecnología e innovación, promoviendo la formación de nuevas empresas y, en definitiva, contribuyendo al aumento de la competitividad del sistema.

Se financian acciones de:

1. Programa de apoyo a las EBT-UAL
 - Ayuda a la constitución
 - Actividades de promoción y difusión de las EBT
2. Programa de apoyo a la gestión de propiedad industrial
 - Realización de Contrato de Explotación de Resultados de Investigación
 - Actividades de Promoción y Divulgación del Título de Propiedad Industrial
3. Programa de apoyo a la participación en proyectos Europeos e Internacionales
 - Asistencia a Cursos de Formación en materia de Solicitud y Justificación de Proyectos Europeos
 - Incentivo a la Presentación de Proyectos Europeos del 7º PM
 - Incentivo a la Presentación de otros Proyectos Internacionales de Investigación
4. Programa de apoyo a la participación en proyectos colaborativos con empresas
 - Proyectos Colaborativos INNPACTO
 - Programa CONSOLIDER
 - Programa CENIT
 - Proyectos CDTI
 - Programa Torres Quevedo / INNCORPORA
5. Programa de apoyo a la participación en eventos de transferencia y redes científicas.
 - Ayuda a la Asistencia a Eventos de Transferencia
 - Ayudas en la Organización de Actividades de Transferencia en colaboración con la OTRI
 - Ayuda en la Elaboración de Material Promocional (folletos informativos, catálogos, etc.) con la oferta científica y tecnológica de los grupos de investigación y Centros de Investigación
 - Ayuda en la Organización de eventos de gran nivel divulgativo coordinados a través de la OTRI

- Incentivo a la participación en Redes Científicas de reconocido prestigio

En ambos casos se intenta activar las iniciativas de nuestros investigadores en el marco de la I+D+i, activando de manera complementaria al Plan Nacional y al Plan Andaluz.

Por otra parte, la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UAL dispone de los siguientes Grupos de Investigación, referenciados en el Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación:

NOMBRE/GRUPO	RESPONSABLE	PAI	DEPARTAMENTO
LABORATORIO DE ECONOMÍA APLICADA	GOMEZ DIAZ, DONATO	SEJ125	ECONOMIA APLICADA
GRUPO ALMERIENSE DE ECONOMÍA APLICADA	MOLINA AGUSTIN, MORALES,	SEJ147	ECONOMIA APLICADA
MARKETING Y ESTRATEGIA: INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	SANCHEZ PEREZ, MANUEL	SEJ254	DIRECCION Y GESTION DE EMPRESAS
FINANZAS EMPRESARIALES	CRUZ RAMBAUD, SALVADOR	SEJ296	DIRECCION Y GESTION DE EMPRESAS
COMPARABILIDAD Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN ECONÓMICO-CONTABLE	ROJO RAMIREZ, ALFONSO A.	SEJ323	DIRECCION Y GESTION DE EMPRESAS
NUEVAS TENDENCIAS EN LOS MODELOS DE GESTIÓN HOSPITALARIA PUBLICA	ROMAN GONZALEZ, Mª VICTORIA	SEJ324	DIRECCION Y GESTION DE EMPRESAS
GESTIÓN DE RECURSOS Y FORMAS ORGANIZATIVAS	CESPEDES LORENTE, JOSE JOAQUIN	SEJ334	DIRECCION Y GESTION DE EMPRESAS
NUEVOS ENFOQUES EN FINANZAS Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL	CABA PEREZ, Mª DEL CARMEN	SEJ385	DIRECCION Y GESTION DE EMPRESAS
AVANCES EN ECONOMÍA APLICADA	JAEN GARCIA, MANUEL	SEJ434	ECONOMIA APLICADA
GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA Y ARMONIZACIÓN CONTABLE INTERNACIONAL	SIERRA FERNANDEZ, MONTSERRAT	SEJ443	DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

Todo ello reúne a más de 100 doctores en las distintas áreas de trabajo que se integran en la Facultad, conformando un importante potencial de investigadores I+D+i, así como en actividades de transferencia.

Para el nuevo grado se cuenta con el personal de administración y servicios que actualmente desempeña su actividad en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Dicho Personal participa en la gestión de todos los títulos que ofrece el Centro

Número	Categoría	Ubicación
1	Administradora	Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas y

		Empresariales
3	Jefe de Negociado	Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
1	Técnica Auxiliar de Secretaria	Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
2	Técnica Auxiliar de Negociado	Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
1	Apoyo Técnico Decanato	Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
3	Técnico Auxiliar de Conserjería	Conserjería de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Actualmente, el Personal de Administración y Servicios (PAS) adscrito a la Facultad descrito anteriormente podría resultar suficiente para poder hacer frente a las necesidades derivadas de la puesta en marcha de la nuevo título de grado, ya que no está previsto que su implantación suponga incremento de los grupos totales tomando en consideración el resto de titulaciones de grado a implantar en el Centro.

4.- Acceso y Admisión

4.1	Sistemas de Información previa a la matriculación y procedimiento de acogida accesibles y orientación a los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la universidad y a la titulación
-----	--

El sistema de información previo tiene como eje fundamental la consulta de información a través de la web.

Cada Grado de la UAL tiene su web específica: [GRADOS](#)

que se encuentra directamente vinculada al Área de Atención Integral al Estudiante (ARATIES): [ARATIES](#)

que vertebra todos los procedimientos administrativos y de información del estudiante dentro del Servicio de Gestión Académica de Alumnos y del Servicio de Gestión Administrativa de Alumnos.

4.1 Sistemas de Información previa a la matriculación y procedimiento de acogida accesibles y orientación a los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la universidad y a la titulación.

La Universidad de Almería dispone de medios para dar respuesta a las necesidades educativas del alumnado. Para este cometido, dispone del Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo y de la Delegada del Rector para Diversidad Funcional que conforman un servicio abierto a toda la comunidad universitaria, cuyo principal cometido es dar respuesta a las necesidades educativas vinculadas a las áreas de Orientación Educativa y de Atención de Necesidades que puedan presentar los diferentes colectivos, principalmente alumnado y profesorado a lo largo de su estancia en la Universidad.

Podemos decir que las actuaciones de la Delegada del Rector para Diversidad Funcional giran en torno a dos grandes líneas de actuación:

Apoyo a Estudiantes con Necesidades Especiales. Se informa, asesora y apoya a los estudiantes con necesidades educativas especiales vinculadas a una discapacidad.

Asesoramiento Psicopedagógico. Con este asesoramiento la universidad pretende una ayuda integral al alumnado en los aspectos relativos al ámbito académico, centrándose en orientaciones básicas ante el problema propuesto.

La orientación es un proceso que se desarrolla a largo de la trayectoria académica por ello el Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo pretende ayudar al estudiante antes de ingresar en la Universidad de Almería, durante su estancia en la misma y al final del proceso formativo, para que el alumnado tome la mejor decisión posible al escoger sus estudios y al buscar una salida profesional.

Un momento importante en la vida del alumnado es la transición de los centros de educación secundaria a la universidad. Para la entrada en contacto del alumnado con el ámbito universitario se desarrollan las Jornadas de acceso de la universidad.

4.1.1. Jornadas de acceso a la Universidad.

Las Jornadas Informativas de Acceso a la Universidad de Almería es una actividad organizada todos los años por el Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo y el Servicio de Gestión de Alumnos. Los destinatarios de las Jornadas son los estudiantes de 2º Bachillerato y Ciclos Formativos de Grado Superior de los Institutos de Educación Secundaria de la provincia de Almería. Igualmente, estas jornadas están dirigidas a todo el personal de los Institutos de Educación Secundaria que estén interesados en ellas, especialmente a los miembros de los Departamentos de Orientación.

El objetivo general de las Jornadas Informativas de Acceso a la Universidad de Almería es doble, por una parte informar al alumno acerca de los aspectos académicos y administrativos relacionados con el acceso a la Universidad (selectividad, preinscripción, etc.), y por otra, informarle sobre los distintos servicios que los estudiantes tienen a su disposición en la Universidad (becas, deportes, actividades culturales, movilidad, etc.)

Los objetivos específicos son:

Informar sobre el acceso a la Universidad: exámenes y matrícula de selectividad, Distrito Único Andaluz y Distrito Abierto, traslados, etc.

Informar sobre los diferentes servicios de atención al estudiante: becas, biblioteca, informática, idiomas, etc.

Presentar, de forma general, los servicios que presta la Universidad de Almería.

4.1.2 Servicios de apoyo y asesoramiento para el alumnado con necesidades educativas especiales.

En cumplimiento de lo indicado en los artículos 14, 17 y 20 del RD 1393/2007, reflejamos en este documento determinadas iniciativas que la UAL propone, así como aquellas que tiene establecidas con anterioridad y que facilitan el cumplimiento de los citados artículos.

Principales iniciativas puestas en marcha en la UAL para responder al alumnado con necesidades educativas especiales:

Existencia de la Delegada del Rector para Diversidad Funcional.

El Consejo de Gobierno de 16 de noviembre de 2006 aprobó una normativa que regula en la UAL, la atención a los estudiantes con necesidades educativas especiales asociadas a una discapacidad, donde se incluye un protocolo de actuación para el alumno con discapacidad.

Existencia desde mayo de 2008 de un Consejo Asesor para el estudiante con necesidades educativas especiales. Este Consejo tiene como objetivo principal promover la integración en la Universidad de Almería del alumno con discapacidad.

Plan de eliminación de barreras y mejora de la accesibilidad, elaborado por los anteriores Vicerrectorados de Estudiantes, Extensión Universitaria y Deportes y el Vicerrectorado de Infraestructuras, Campus y Sostenibilidad.

Creación del grupo de trabajo interinstitucional entre el ETPOEP de la Delegación Provincial de Educación y la Delegada del Rector para Diversidad Funcional de la Universidad de Almería, para la elaboración de un programa de transición de la educación postobligatoria a la universidad, que incluye un subprograma para alumnos con discapacidad.

La Delegada del Rector para Diversidad Funcional tiene como finalidad última contribuir a la integración educativa y social de las personas con necesidades educativas especiales. Cuenta con un protocolo de actuación para estudiantes preuniversitarios y para los que se encuentran cursando estudios universitarios

Con los alumnos preuniversitarios (de último curso de bachillerato) se realizan las siguientes tareas: elaboración de un cuestionario de necesidades que se remite a los centros, contacto con centros, orientadores y alumnos en las distintas actividades, activación de sistemas de rastreo (impresos de matrícula) para el posterior contacto y apoyo en procesos académicos y administrativos.

En los casos en que sea necesario dar una respuesta a situaciones concretas de adaptación, se creará una comisión de titulación integrada por el equipo directivo/decanal del Centro implicado, profesorado y la Delegada del Rector para Diversidad Funcional.

JORNADAS DE RECEPCIÓN DE ESTUDIANTES DE PRIMER CURSO ORGANIZADAS POR LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

En estas Jornadas se realiza una presentación del Equipo Decanal, así como los principales servicios que la Universidad de Almería tiene a disposición de los estudiantes (Biblioteca, Servicio Deportes, Servicio de Informática, Servicio de Empleo y Centro de Lenguas).

Perfil de Ingreso

(Información ya referida en el punto 4.2 de la memoria y adjuntada a este punto a instancias del requerimiento de subsanación de la Subdirección General de Coordinación Académica y Régimen Jurídico)

Los alumnos de nuevo ingreso deberían ser personas creativas e innovadoras, con capacidad de persuasión e iniciativa, con un profundo interés por el conocimiento y funcionamiento de los mercados, y con facilidad para obtener y analizar información procedente de diferentes fuentes. Sería adecuado, además, que los alumnos dispusieran de un cierto nivel de habilidades sociales y de comunicación, e interés por conocer diferentes culturas y costumbres.

Aunque es valorable un conocimiento previo en el área de Ciencias Sociales y en materias de Economía de Empresa, éste no es imprescindible para el acceso a la titulación, ya que la formación básica ofrece una formación general en estas materias.

7.- Recursos Materiales y Servicios

Disponibilidad y adecuación de recursos materiales y servicios

7.1 Justificación

La Universidad de Almería dispone de 4 edificios-aularios de uso compartido para las diferentes titulaciones que se imparten en el Campus, además de aulas en otros edificios departamentales, aulas de informática y seminarios. La gestión de las aulas se realiza de forma centralizada, de manera que cada curso se asignan a la Facultad o Centro las necesarias.

Según el estudio realizado por el Vicerrectorado de Infraestructuras, Campus y Sostenibilidad, la Universidad de Almería dispone de aulas suficientes y adecuadas para la impartición de las diferentes titulaciones, en las modalidades de Gran Grupo, Grupo Docente y Grupos de Trabajo. Las previsiones de la Facultad señalan que se precisarán para cada curso académico, un aula para Gran Grupo (195 alumnos), cuatro para Grupo Docente (65 alumnos) y tres para Grupo de Trabajo (33 alumnos), teniendo en cuenta la existencia de dos turnos, para la puesta en marcha de los grados adscritos a la Facultad. Estas previsiones han sido atendidas por la Unidad correspondiente de la Universidad de Almería para el curso académico 2010-11.

En la actualidad, la Universidad de Almería dispone de 8 aulas con una capacidad máxima de 25 personas, 37 aulas con una capacidad máxima comprendida entre 40 y 60, y 79 aulas con mayor capacidad.

Las instalaciones generales de la Universidad no presentan barreras arquitectónicas. Para discapacidades específicas, la Universidad dispone de una Unidad de trabajo, actualmente dependiente del Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo, que evalúa y prevé las necesidades que deben contemplarse para el adecuado desarrollo de la actividad docente.

En las instalaciones actuales y en todos los equipamientos se ha observado lo dispuesto en la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

- Se puede apreciar cómo los medios y recursos materiales resultan adecuados para garantizar el funcionamiento de los servicios correspondientes a las enseñanzas impartidas, permitiendo los tamaños de grupo previstos, el desarrollo de las actividades formativas y su ajuste a las metodologías de enseñanza-aprendizaje previstas.
- Para realizar y garantizar la revisión y el mantenimiento de los diferentes espacios, medios y recursos materiales, se cuenta con el Servicio Técnico y de Mantenimiento de la Universidad de Almería.

SERVICIOS GENERALES

Biblioteca

Instalaciones:

- Metros cuadrados: 16.194
- Metros lineales de estanterías: 12.004 (8.920 de libre acceso y 3.084 en depósito)
- Puestos de lectura: 1.762 (de los cuales 300 son de libre acceso)
- Puestos de ordenadores de libre acceso: 154 (de ellos 32 son portátiles)
- 4 Salas de trabajo en grupo divididas en 8 zonas de trabajo con capacidad para 8 personas cada una
- 1 Seminario de Docencia con capacidad para 21 personas y equipado con mesas móviles, televisor, reproductor de vídeo y DVD, proyector, pantalla de proyección y pizarra
- 1 Sala de investigadores equipada con 12 puestos de trabajo individual, 6 de ellos equipados con ordenador y lector de microfilm
- 1 sala de horario especial con 300 puestos de trabajo
- 3 puestos de trabajo equipados para personas con discapacidad visual
- Red Wifi en todo el edificio

La Colección (marzo 2008):

- Colección en papel:
Monografías: 166.865

Revistas: 2.407
- Colección electrónica:
Ebooks: 567.790

Revistas: 12.306

Bases de datos: 70
- Otros formatos:
CD/DVD: 1.742

Mapas: 447

Microfichas: 503

Préstamo:

- Préstamo de Portátiles y Tarjetas de Red WIFI
- Servicio de Préstamo Interbibliotecario
- Préstamo a domicilio

Formación de Usuarios:

- Formación de usuarios
- Autoformación
- Información Bibliográfica
- Adquisiciones bibliográficas
- Bibliografía recomendada en docencia y otra
- Adquisición de revistas científicas y recursos electrónicos
- Donaciones

Recursos y servicios compartidos por la Comunidad universitaria:

- Auditorio
- Aularios
- Salas de Juntas
- Salas de Grados
- Biblioteca Nicolás Salmerón
- Servicios Técnicos
- Aulas de Informática
- Centro de Atención al Estudiante
- Pabellón Polideportivo
- Comedor Universitario
- Centro Polideportivo-Piscina cubierta
- Instalaciones Deportivas al aire libre
- Guardería
- Centro de información al estudiante
- Gabinete de Orientación al Estudiante
- Servicio Universitario de Empleo
- Atención a Estudiantes con Necesidades Especiales
- Centro de Promoción de la Salud
- Centro de Atención Psicológica
- Servicio Médico
- Voluntariado y Cooperación Internacional
- Centro de Lenguas Moderno
- Copisterías

Servicio de tecnología de información y comunicación

- Aulas de Informática de Libre acceso (Aula 1 de acceso libre del CITE III): Aula de prácticas avanzadas dedicada al libre acceso de los alumnos de la UAL, dotada con todos los programas de los cuales se imparte docencia en las aulas de informática. Estas aulas constan de: 24 PCs HP COMPAQ D530. Pentium 4. 3.2 GHz, 1024 Mb RAM. DVD. Sistema operativo: WINDOWS XP Professional. Monitores 17”.
- Aulas de Informática de Libre acceso de la Biblioteca: sala 1 con 50 PCs; sala 2 con 24 PCs
- Aulas de Informática para Docencia Reglada y no Reglada: La Universidad dispone de catorce aulas de Informática para docencia, con 26 PCs de media, proyector multimedia y capacidad para unos 50 alumnos.

Enseñanza Virtual Asistida (EVA)

Convenios para las prácticas de los alumnos

La Universidad de Almería ha firmado convenios-marco con un número elevado de empresas para la inserción profesional de los alumnos de LADE, ITM y la Diplomatura de Ciencias Económicas y Empresariales. En el momento de cumplimentar este apartado, se encuentra en estudio la ampliación de estos convenios-marco para incluir las prácticas curriculares de los alumnos de los futuros grados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, incluyendo el Grado de Marketing. No se ha indicado problema alguno por ninguna de las partes para llevar a cabo la firma de los nuevos convenios a lo largo de este curso académico 2008-09 y 2009-10. A continuación se indica un listado de las empresas con las que hay firmados convenios de prácticas, en vigor durante el curso 2008-09, y que han demandado plazas para alumnos de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, en Investigación y Técnicas de Mercado, o la Diplomatura de Ciencias Empresariales.

- CONSTRUCCIONES Y OBRAS PÚBLICAS DE ANDALUCÍA, S.A.
- HORMIGONES DOMINGO GIMENEZ SA
- AMB, S.A.
- COMERCIALIZACIÓN DE MEDIOS 2000, S.A.
- COSENTINO, S.A.
- VIAJES OLYMPIA ANDALUCIA, S.A.
- ARGAR CONSTRUCCIONES, SERVICIOS Y TRANSFORMACIONES
- PARQUE DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA DE ALMERÍA
- INTERALMERIA TELEVISION S.A.
- NOVOTECNICA, S.A.
- ROMERO Y SIMÓN
- BANCO GUIPUZCOANO
- HOLCIM ESPAÑA, S.A.
- BANKINTER SA
- L&D AROMATICOS, S.A
- SANTANDER, S.A.
- BANCO DE VALENCIA, S.A.

- BBVA
- DKV SEGUROS
- RACE ASISTENCIA S.A.
- FLEXIPLAN ETT S.A.
- FERROVIAL SERVICIOS
- CERTUM
- GRUPO DE AUDITORES PUBLICOS, S.A.
- APARTHOCASA .S.A
- MUNDO NEWLAR, S.L.
- DUNIA CAMPOALMERIA SL
- NICOLAS CONSULTORES URBANTISTICOS, S.L.
- BUFETE FINANCIERO Y FISCAL, S.L.
- ASESORIA LIÑAN VELAZQUEZ S.L.
- MARBROER SISTEMAS DE RIEGO
- ARIDOS MARRAQUE, S.L
- SEGUSAN S.L.
- SUCESTORES DE JUAN RUIZ
- CRISTALPLANT SL
- INTEC INSTALACIONES TÉCNICAS S.L.
- RUANO INFORMATICA S.L.
- SEDESA PEST CONTROL, S.L.
- BERMANSON Y PARTNERS, S.L
- PROINT ASESORES
- LIBRERÍA PAPELERÍA JOBE, S.L.
- EA CISA, S.L.
- ALCAPARRAS LUXEAPERS S.L.
- PEUVECAL, S.L.
- HORTOFRUTICOLA COSTA DE ALMERIA, S.L.
- EXCAVACIONES MAYFRA S.L.
- TALLERES JEMU E HIJOS, S.L. S.O. RENAULT
- ARRIAGA MÁRMOLES
- TRANS-CEREZUELA S.L.
- JUNALPA S.L.
- FUENTEVICTORIA, S.L.
- DEPORTES DEL ANDARAX, S.L.
- ASESORÍA MAÑAS, S.L.
- CONSTRUCCIONES ABAGAMA,S.L
- GRUPO HISPATEC SOLUCIONES GLOBALES
- INSTALACIONES CASAJUST,SL
- MATERIALES Y AISLAMIENTOS DEL SUR, S.L.
- SICAAGRIQ SL
- GESTORIA SALVADOR CONSULTORES S.L.
- SUNARIA CAPITAL, S.L.U.
- ROMBALCAR, S.L.
- AUDICONSA CONSULTORES DE EMPRESA
- EQUIPO FUNÁMBULA S.L.L.
- TODO BLANC 2008, S.L.
- ALMERIBOX, S.L.
- GARCES ASESORES, S.L.
- LAB SL
- APLICA MORTEROS Y OTROS MATERIALES S.L.
- HORFRASOL SL
- ALANCO INNOVACION FINANCIERA S.L.
- CFC CONSULTORES, S.L.
- 5INGOR CONSULTORES S.L.
- INNOVACIÓN HUMANA CONSULTORES Y ASOCIADOS, S.L.
- TRANSBULL ALMERÍA S.L.
- OASIS ALMANZORA, S.L.
- BIOSUR, DISTRIBUCIONES AGRICOLAS,S.L.
- DIP77 S.L.

- ASESORES FINANCIEROS DE ALMERÍA S.L
- RUEDA ASESORAMIENTO INMOBILIARIO S.L.
- AL-TEC REDES Y SISTEMAS SL
- BIOCOLOR S.L.
- CALZADOS REDSIGN
- GESTORA DE RESIDUOS DEL SUR, S.L
- TERMOGEL CLIMA, S.L
- ELEVATRAC, S.L.
- GRUPO INMOBILIARIO SERCASA CONSULTORES S.L
- SEMILLAS ALMERIA I+D, S.L.
- NOVATEQ GUERRERO, S.L.N.E.
- INTERGROUP MILENIUM ASESORES CONTABLES Y FINANCIEROS., SL
- GESCORLAND ASESORES, S.L.
- PRODATEC CONSULTORES ASOCIADOS
- CSC ASOCIADOS & CONSULTING S.L
- SEAL SEGURIDAD S.L.
- AUNERGY THERMOSOLAR, SL
- INGSOFT, INVESTIGACION, DESARROLLO E INNOVACION
- CIMENTA2, GESTION E INVERSIONES.S.L
- INTERFRUT-SUR, S.L.
- UNIMEDIACION OPERADOR BANCA SEGUROS VINCULADO.
- RAMAFRUT, SL
- CAJAMAR CAJA RURAL S.C.C.
- SANTA MARIA DEL AGUILA, S.COOP.AND.
- CAMPOVICAR S.C.A.
- AGRINVER, S.C.A.
- EAS ASESORES CONSULTORES S.C.A.
- AGRICULTORES ECOLOGICOS SAT
- CAJA DE AHORROS DEL MEDITERRANEO
- COEXPHAL
- COAG ALMERIA
- FUNDACIÓN TECNOVA
- FUNDACION BAHIA ALMERIPORT
- S.A.T. 9989 PEREGRIN
- FUNDACIÓN ALMERIENSE PARA LA EXCELENCIA EMPRESARIAL
- CAJASUR
- CAJA GENERAL DE AHORROS DE GRANADA
- CAJA DE AHORROS Y MONTE DE PIEDAD DE MADRID
- UNICAJA-ENTIDAD FINANCIERA
- CAJAMURCIA
- IBERCAJA
- UTE ALBOX
- AYUNTAMIENTO DE ALHABIA
- AYUNTAMIENTO DE GARRUCHA
- AYUNTAMIENTO DE GARRUCHA
- AYUNTAMIENTO DE PULPI
- DIPUTACION PROVINCIAL DE ALMERÍA
- CAMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE ALMERÍA
- AGENCIA DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE ANDALUCIA

7.2 Previsión

La puesta en marcha del título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados se va a realizar con los recursos materiales y servicios actualmente disponibles en la Universidad de Almería.

En su caso se adjuntarán en este punto los acuerdos de colaboración con otras instituciones.

8.-Resultados previstos

Valores cuantitativos estimados para los siguientes indicadores y su Justificación

Tasa de graduación	25%
Tasa de abandono	45%
Tasa de eficiencia	85%
Introducción de nuevos indicadores	no

Justificación de los indicadores
La estimación de los valores de los indicadores señalados en el Real Decreto, se ha realizado considerando el perfil de ingreso definido en la presente memoria, el tipo de estudiantes que acceden a la titulación precedente, así como los objetivos definidos, el grado de dedicación de los estudiantes y otros elementos del contexto. Asimismo, se ha tenido en cuenta los valores históricos que los anteriores indicadores han tomado en los últimos años para los alumnos de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, según datos suministrados por la Unidad de Calidad de la Universidad de Almería. Cabe matizar que la reciente implantación del segundo ciclo de la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado hace que no se disponga de datos de referencia de esta titulación. La variabilidad de los indicadores anteriores entre los diferentes cursos considerados en la serie histórica hace compleja la tarea de establecer unos datos previstos para los citados indicadores. No obstante a partir de los datos que se muestran en las siguientes tablas se ha realizado la estimación que aparece en la tabla anterior. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (Plan 2000) Tasa de graduación: 20% (calculado 1-10-2008) Tasa de abandono: 49% (calculado 1-10-2008) Tasa de eficiencia:

Curso Académico Graduación	Tasa de eficiencia	
2005-06	85,62%	
2006-07	80,58%	
2007-08	78,14%	

(Las tasas se han calculado con datos de fecha 10-12-2008)

Teniendo en cuenta la información disponible sobre la evolución de los indicadores en la licenciatura de Administración y Dirección de Empresas (única información histórica disponible de una titulación de segundo ciclo relacionada), y los procesos de mejora y nuevas metodologías que se pretenden implantar con el nuevo grado, se ha previsto unos indicadores objetivos MÍNIMOS que suponen una mejora en todos los indicadores sobre la situación de partida. Esta mejora es de 5 puntos en el caso del indicador de tasa de graduación, sobre el valor base, 4 puntos en el caso del indicador de tasa de abandono, y 3,5 puntos en el caso del indicador de la tasa de eficiencia (considerando la media de los tres cursos). Dada la escasa experiencia en la implantación de los nuevos grados, no se ha considerado oportuno establecer objetivos excesivamente optimistas, si bien se prevé revisar siempre al alza (en cuanto a mejora) los indicadores objetivos, conforme se vaya disponiendo de más información.

Introducción de nuevos indicadores (en su caso)

Denominación	Definición	Valor
--------------	------------	-------

--	--	--

8.2 Progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes

El Consejo de Gobierno de la universidad de Almería, en sesión celebrada el 17/06/08, aprobó la normativa “Competencias Genéricas de la universidad de Almería”. En este documento se relacionan un conjunto de competencias a desarrollar por todos los alumnos de nuestra universidad y asociadas a ellas un conjunto de indicadores, que a modo de ejemplo, se sugieren para la evaluación de los resultados de aprendizaje.

Los resultados de aprendizaje de las competencias específicas, se reflejan en el punto 5 de esta memoria En los términos previstos por sus Estatutos (aprobados por el Decreto 343/2003 de 9 de diciembre, BOJA núm. 247 de 24 de diciembre de 2003) la Universidad de Almería tiene previsto un sistema de evaluación y seguimiento de sus estudios:

Artículo 170. Evaluación de la calidad. 1. Sin perjuicio de la preceptiva evaluación por parte de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación del desarrollo efectivo de las enseñanzas, prevista en el artículo 35.5 de la Ley Orgánica de Universidades, tras el período de implantación de un plan de estudios, la Universidad de Almería, en el marco de sus actuaciones tendentes a la evaluación de la calidad y mejora de sus enseñanzas, implantará sistemas específicos de evaluación de la calidad de los planes de estudios. Asimismo, en las facultades y escuelas se crearán comisiones encargadas de la evaluación de los planes de estudios y de proponer, en su caso, la actualización de los mismos para garantizar su adecuación a las demandas sociales. Necesariamente formarán parte de dichas comisiones los vicedecanos y subdirectores que tengan asignadas competencias al respecto.

2. Para una mejora de la calidad en la docencia, la Universidad potenciará la formación y el perfeccionamiento docente de su profesorado y fomentará la incorporación de nuevas técnicas y métodos educativos.

Artículo 212. Evaluación y mejora de la calidad. La Universidad de Almería establecerá los medios y estructuras necesarios para la evaluación y mejora de la calidad de la actividad universitaria, al objeto de alcanzar cotas de calidad en los ámbitos docente, investigador y de gestión.

En los nuevos Títulos, el progreso y los resultados del aprendizaje de los estudiantes están ligados a la consecución de una serie de competencias transversales, generales del Título y específicas de los módulos y/o materias. Así, los indicadores de rendimiento referidos en el apartado anterior y acerca de los cuales es preciso establecer un procedimiento de seguimiento, están íntimamente relacionados con la adquisición de, al menos, un número mínimo concreto de competencias.

Con el fin de dar cumplimiento a este requisito, la Universidad de Almería ha desarrollado un procedimiento general que evalúa las competencias genéricas (transversales) de la UAL (aprobadas por Consejo de Gobierno en sesión celebrada el 17/06/08), las competencias generales del Título y las competencias específicas del módulo/materia (ver tablas 1, 2, y 3) a aplicar en tres momentos distintos (ver figura 1 y tabla 4) que se adjunta):

1. Ex-Ante: determinación de las competencias iniciales mínimas requeridas, no sujeta a calificaciones pero que permite a los docentes conocer los niveles competenciales de partida de los alumnos (información útil para el profesorado y para los propios estudiantes) en una materia concreta con el propósito de reorientar el proceso de planificación y aprendizaje-enseñanza (insistir más en aquéllos aspectos más deficitarios).
2. Durante (al final de las materias o módulos): con una finalidad específicamente “formativa”. Las competencias reflejadas en las guías docentes serán evaluadas por el profesor para orientar al alumno en su proceso de aprendizaje o por el propio alumnado mediante los ejercicios de autoevaluación,
3. Ex-Post: El trabajo de Fin de Grado, supervisado por un Tutor, permite al alumno desarrollar las capacidades de escritura, argumentación, análisis y exposición pública, fundamentales para los perfiles profesionales del Título.

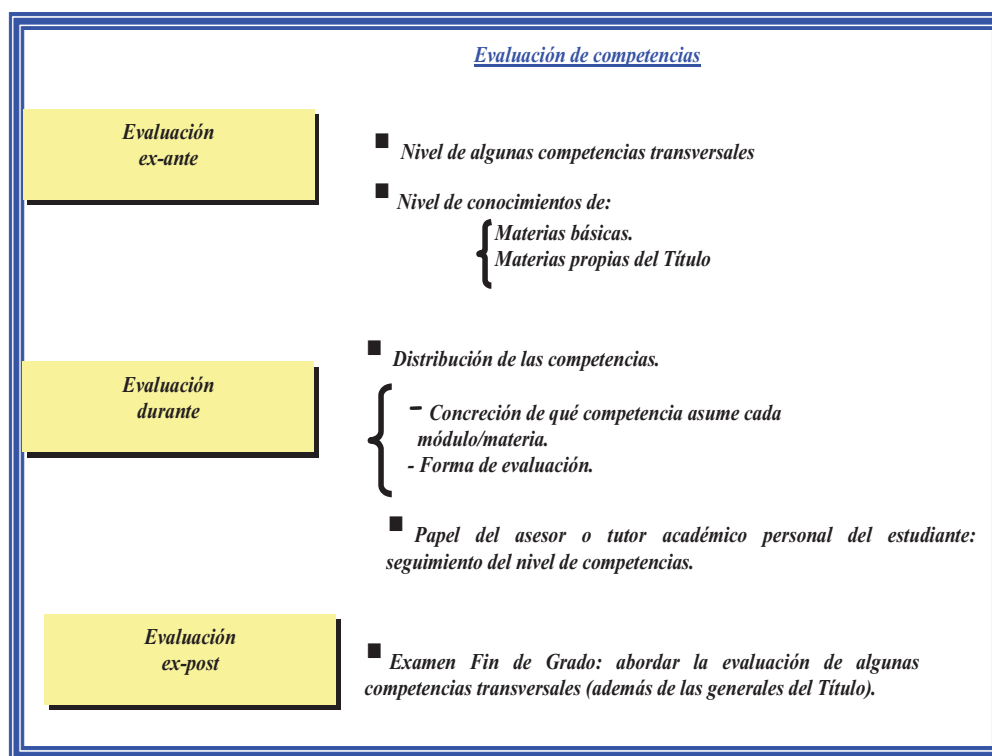
En el caso del “Trabajo Fin de Grado”, la evaluación se hará a partir de los siguientes puntos:

1. Seguimiento continuado del Profesor Tutor y visto bueno final del trabajo.
2. Evaluación del Trabajo por una comisión integrada por Profesores especialistas en el campo de estudio del que se trate.
3. El Trabajo Fin de Grado, permitirá al alumno desarrollar las capacidades de escritura, análisis y exposición pública fundamentales para los perfiles profesionales del Título.

Las tasas de graduación, abandono y eficiencia estimadas sobre la base de una ponderación racional de los años anteriores, deberán verificarse mediante la propia consecución de las competencias, genéricas de la Universidad y específicas del Título y de los módulos que lo integran.

El procedimiento a seguir se sintetiza en la siguiente figura.

Figura 1. Distribución temporal de la evaluación de las competencias



Para la medida del progreso y los resultados del aprendizaje de los estudiantes del Título a través de la evaluación de las competencias se podrán utilizar los modelos de sistemas de recogida de información que se presentan en las tablas 1 a 4, y que serán remitidas a las Comisiones de Calidad de cada Título quienes estudiarán su viabilidad, posible adaptación y aplicación.

Tabla 1. Competencias transversales de la UAL

Nº	Competencia	Respuesta a las cuestiones genéricas de la evaluación				
		Cuándo	Qué	Cómo	Dónde	Quién
1						
2						
3						
4						

5						
6						
7						
8						
9						
10						

Tabla 2. Competencias generales del Título

Nº	Competencia	Respuesta a las cuestiones genéricas de la evaluación				
		Cuándo	Qué	Cómo	Dónde	Quién
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Tabla 3. Competencias específicas de los módulos

Nº	Competencia	Respuesta a las cuestiones genéricas de la evaluación				
		Cuándo	Qué	Cómo	Dónde	Quién
1						

2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Tabla 4. Modelo de ficha para la evaluación de las Competencias

	Evaluación Ex - ante	Evaluación durante el desarrollo del Plan de Estudios	Evaluación Ex - post
Aspectos a evaluar			
Procedimientos de evaluación			
Ubicación de la evaluación en la planificación de las enseñanzas			
Responsables de la evaluación			



07 JUL. 2015

ENTRADA
SALIDA

D. CARMELO RODRIGUEZ TORREBLANCA, Rector Magnífico de la Universidad de Almería

Dentro del marco normativo y competencias atribuidas por los Estatutos de esta Universidad, con la finalidad de incrementar la eficacia en la gestión universitaria adaptándose al procedimiento administrativo de verificación de estudios oficiales, previsto por el RD 1393/2007, en la nueva aplicación informática desarrollada por el Ministerio de Educación para su tramitación, y de conformidad, con lo previsto en el artículo 16 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, así como en el artículo 51 de los Estatutos de esta Universidad,

HA RESUELTO

PRIMERO.- Realizar una delegación de firma en la persona de D. Jorge Doñate Sanz, DNI 18.998.914-V como responsable de la unidad administrativa: Jefatura de Negociado de Planes de Estudio, para la formulación de solicitudes y actos administrativos de trámite en el marco de procedimiento de verificación de estudios oficiales, autorizándole al uso, cuando ello esté previsto en las aplicaciones correspondientes, del certificado digital de la Universidad de Almería como persona jurídica.

SEGUNDO.- Realizar una delegación de firma en la persona de D. Jorge Doñate Sanz DNI 18.998.914-V como responsable de la unidad administrativa: Jefatura de Negociado de Planes, para la recogida y recepción de las notificaciones electrónicas que, en materia de verificación de estudios oficiales, deba realizarse en sede electrónica.

Almería, 07 de julio de 2015



EL RECTOR

Fdo. Carmelo Rodríguez Torreblanca