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 Rey Juan Carlos	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Madrid	28049225
	Escuela Superior de Gestión Empresarial y Marketing (ESIC)	28049699
	Escuela Universitaria de Turismo ESERP	28051414
	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Fuenlabrada	28051517
	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Móstoles	28051529
	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Aranjuez	28053851
	Centro de Educación Superior CEDEU	28053897

NIVEL	DENOMINACIÓN CORTA
Grado	Marketing

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA
Graduado o Graduada en Marketing por la Universidad Rey Juan Carlos

RAMA DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO
Ciencias Sociales y Jurídicas	No

HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS	NORMA HABILITACIÓN
No	

SOLICITANTE	
NOMBRE Y APELLIDOS	**CARGO**
MANUEL GÉRTRUDIX BARRIO	Vicerrector de Calidad, Ética y Buen Gobierno
Tipo Documento	**Número Documento**
NIF	52095143M

REPRESENTANTE LEGAL	
NOMBRE Y APELLIDOS	**CARGO**
MANUEL GÉRTRUDIX BARRIO	Vicerrector de Calidad, Ética y Buen Gobierno
Tipo Documento	**Número Documento**
NIF	52095143M

RESPONSABLE DEL TÍTULO	
NOMBRE Y APELLIDOS	**CARGO**
MANUEL GÉRTRUDIX BARRIO	Vicerrector de Calidad, Ética y Buen Gobierno
Tipo Documento	**Número Documento**
NIF	52095143M

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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
C/Tulipan s/n	28933	Móstoles	914888577
E-MAIL	**PROVINCIA**		**FAX**
vice.calidad@urjc.es	Madrid		914888137

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: Madrid, AM 6 de febrero de 2020
	Firma: Representante legal de la Universidad

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECIFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Marketing por la Universidad Rey Juan Carlos	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
Fundación para el Conocimiento Madrimasd

UNIVERSIDAD SOLICITANTE
Universidad Rey Juan Carlos

LISTADO DE UNIVERSIDADES	
CÓDIGO	UNIVERSIDAD
056	Universidad Rey Juan Carlos

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	24
CRÉDITOS OPTATIVOS	**CRÉDITOS OBLIGATORIOS**	**CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER**
18	132	6

LISTADO DE MENCIONES	
MENCIÓN	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

1.3. Universidad Rey Juan Carlos

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
28049225	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Madrid
28049699	Escuela Superior de Gestión Empresarial y Marketing (ESIC)
28051414	Escuela Universitaria de Turismo ESERP
28051517	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Fuenlabrada
28051529	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Móstoles
28053851	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Aranjuez
28053897	Centro de Educación Superior CEDEU

1.3.2. Escuela Superior de Gestión Empresarial y Marketing (ESIC)

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	A DISTANCIA
Sí	No	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	TERCER AÑO IMPLANTACIÓN
200	210	215
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	TIEMPO COMPLETO	
220	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	48.0	78.0
RESTO DE AÑOS	48.0	78.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	24.0	47.0
RESTO DE AÑOS	24.0	47.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa%20Permanencia%20y%20Matricula.pdf		
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	

1.3.2. Escuela Universitaria de Turismo ESERP

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
100	100	50
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	TIEMPO COMPLETO	
70	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	48.0	78.0
RESTO DE AÑOS	48.0	78.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	24.0	47.0
RESTO DE AÑOS	24.0	47.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa%20Permanencia%20y%20Matricula.pdf		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

1.3.2. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Fuenlabrada

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**
90	90	90
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	**TIEMPO COMPLETO**	
90	**ECTS MATRÍCULA MÍNIMA**	**ECTS MATRÍCULA MÁXIMA**
PRIMER AÑO	48.0	78.0
RESTO DE AÑOS	48.0	78.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	**ECTS MATRÍCULA MÁXIMA**
PRIMER AÑO	24.0	47.0
RESTO DE AÑOS	24.0	47.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa%20Permanencia%20y%20Matricula.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	

1.3.2. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Madrid

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**
235	235	235
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	**TIEMPO COMPLETO**	
235	**ECTS MATRÍCULA MÍNIMA**	**ECTS MATRÍCULA MÁXIMA**
PRIMER AÑO	48.0	78.0
RESTO DE AÑOS	48.0	78.0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	**ECTS MATRÍCULA MÁXIMA**
PRIMER AÑO	24.0	47.0
RESTO DE AÑOS	24.0	47.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa%20Permanencia%20y%20Matricula.pdf		
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	

1.3.2. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Aranjuez

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**
90	90	90
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	**TIEMPO COMPLETO**	
90	**ECTS MATRÍCULA MÍNIMA**	**ECTS MATRÍCULA MÁXIMA**
PRIMER AÑO	48.0	78.0
RESTO DE AÑOS	48.0	78.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	**ECTS MATRÍCULA MÁXIMA**
PRIMER AÑO	24.0	47.0
RESTO DE AÑOS	24.0	47.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa%20Permanencia%20y%20Matricula.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	

1.3.2. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Móstoles

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	A DISTANCIA
Sí	No	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	TERCER AÑO IMPLANTACIÓN
70	70	70
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	TIEMPO COMPLETO	
70	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	48.0	78.0
RESTO DE AÑOS	48.0	78.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	24.0	47.0
RESTO DE AÑOS	24.0	47.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa%20Permanencia%20y%20Matricula.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	

1.3.2. Centro de Educación Superior CEDEU

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
40	40	40
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	TIEMPO COMPLETO	
40	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	48.0	78.0
RESTO DE AÑOS	48.0	78.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	24.0	47.0
RESTO DE AÑOS	24.0	47.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa%20Permanencia%20y%20Matricula.pdf		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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
CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.
CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG4 - CG4-Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera: comprender y ser capaz de comunicarse en contextos económicos-empresariales en inglés.
CG5 - CG5-Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.
CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
No existen datos
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE1 - CE1-Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.
CE10 - CE10-Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.
CE11 - CE11-Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.
CE12 - CE12-Conocer y ser capaz de desarrollar el proceso de Investigación Comercial.
CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.
CE14 - CE14-Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.
CE15 - CE15-Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing.
CE16 - CE16-Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial.
CE17 - CE17-Ser capaz de identificar los problemas relacionados con la gestión de los canales de distribución y de las organizaciones que conforman el sistema comercial.
CE18 - CE18-Ser capaz de gestionar la función de ventas en las organizaciones.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.
CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada
CE20 - CE20-Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de marketing o Plan de Marketing.
CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados
CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
CE5 - CE5-Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados
CE6 - CE6-Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.
CE7 - CE7-Conocer y aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones.
CE8 - CE8-Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial, así como para su aplicación en la gestión de marketing en la empresa.
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

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 Admisión

El acceso a las enseñanzas oficiales de grado requerirá estar en posesión del título de bachiller o equivalente y la superación de la prueba a que se refiere el artículo 42 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, modificada por la Ley 4/2007, de 12 de abril, sin perjuicio de los demás mecanismos de acceso previstos por la normativa vigente. En esta titulación no hay establecidas condiciones o pruebas de acceso especiales.

1.- Pruebas de Acceso LOE-LOMCE

Requisitos. Podrán presentarse a la prueba de acceso a la universidad, quienes estén en posesión del título de bachiller l que se refieren los artículos 37 y 50.2 de la Ley Orgánica 2/2006, de Educación.

Objetivos. La prueba se adecuará al currículo del bachillerato y versará sobre las materias, a las que se refieren los artículos 6 y 7 del Real Decreto 1467/2007, de 2 de noviembre, por el que se establece la estructura del bachillerato y se fijan sus enseñanzas mínimas, establecidas para el segundo curso.

Convocatorias. Anualmente se celebrarán, dos convocatorias de la prueba de acceso a la universidad. Los estudiantes podrán presentarse en sucesivas convocatorias para mejorar la calificación de la fase general o de cualquiera de las materias de la fase específica.

Las materias elegidas podrán ser diferentes de las que fueron examinados en convocatorias anteriores.

Se tomará en consideración la calificación obtenida en la nueva convocatoria, siempre que ésta sea superior a la anterior.

Adaptación para alumnos discapacitados. Las comisiones organizadoras determinarán las medidas oportunas que garanticen que los estudiantes que presenten algún tipo de discapacidad puedan realizar, tanto la fase general como la específica en las debidas condiciones de igualdad.

En todo caso la determinación de dichas medidas se hará basándose en las adaptaciones curriculares cursadas en bachillerato, las cuales estarán debidamente informadas por los correspondientes servicios de orientación.

Estructura general de la prueba de acceso:

La prueba de acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado se estructura en dos fases denominadas respectivamente fase general, que constará de 4 ejercicios, y fase específica.

El estudiante indicará en la solicitud de inscripción en la prueba la Lengua Extranjera la materia común del segundo ejercicio de la fase general y las materias de modalidad de las que se examinará en la fase general y, en su caso, en la fase específica, las haya, o no, cursado. De esta manera la duración de la prueba de cada alumno dependerá del número de asignaturas en las que se matricule.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

FASE GENERAL

Tiene por objetivo valorar la madurez y destrezas básicas que debe alcanzar el estudiante al finalizar el bachillerato para seguir las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, especialmente en lo que se refiere a la comprensión de mensajes, el uso del lenguaje para analizar, relacionar, sintetizar y expresar los conocimientos o técnicas fundamentales de una materia de modalidad.

Cada ejercicio presentará dos opciones diferentes entre las que el estudiante deberá elegir una.

· Primer ejercicio: Consistirá en el comentario, por escrito, de un texto no especializado y de carácter informativo o divulgativo, relacionado con las capacidades y contenidos de la materia de Lengua castellana y literatura.

· Segundo ejercicio: Versará sobre las capacidades y contenidos de una de las siguientes materias comunes de 2º de bachillerato: Historia de la filosofía O Historia de España.

· Tercer ejercicio: Será de lengua extranjera elegida por el alumno (alemán, francés, inglés, italiano y portugués) y tendrá como objetivo valorar la comprensión oral y lectora y la expresión oral y escrita.

· Cuarto ejercicio: Versará sobre los contenidos de una materia de modalidad de segundo de bachillerato. Tendrán preferencia en la admisión los estudiantes cuyo ejercicio se corresponda con una materia vinculada a la rama de conocimiento de la enseñanza que se solicita.

La duración máxima de cada uno de los ejercicios de esta fase será de hora y media. Con un intervalo de 45 minutos como mínimo entre ejercicio y ejercicio.

FASE ESPECÍFICA

Es de carácter voluntario y sirve para obtener una mejor nota de admisión. La calificación de las materias de la fase específica tendrá validez para la admisión en estudios de grado durante los dos cursos académicos siguientes a la superación de las mismas, siempre que se haya superado la fase general en la misma o anterior convocatoria.

Cada estudiante se podrá examinar de cualquiera de las materias de modalidad de segundo de bachillerato distinta de la elegida para la Fase General, las haya o no cursado.

La duración de cada ejercicio será de hora y media, con descanso de 45 minutos entre pruebas.

Calificaciones y cálculo de la nota:

Cada fase se califica independientemente.

Calificación Fase General:

Todos los ejercicios son evaluados de 0 a 10 puntos con dos cifras decimales

· Nota de acceso= 0,4 calificación de fase general* + 0,6 nota de bachillerato (*Si la nota es mayor o igual que 4.)

· Calificación fase general (CFG)=media de los 4 ejercicios.

· Si la nota de la fase generales menor de 4 puntos, o la nota de acceso es inferior a 5 puntos, el alumno no ha superado la prueba.

· Los estudiantes podrán presentarse en sucesivas convocatorias para mejorar las calificaciones, tanto en la fase general como en la específica. Las materias elegidas podrán ser diferentes de las que fueron examinados en convocatorias anteriores. Se tomará en consideración la calificación obtenida en la nueva convocatoria siempre que ésta sea superior a la anterior.

· La superación de la fase general tendrá validez indefinida.

Calificación Fase Específica:

Una vez superada la fase general y obtenida una nota de acceso, el alumno puede ser admitido directamente en aquellas titulaciones donde la oferta educativa es mayor que la demanda.

Para la admisión en titulaciones donde se produzca un procedimiento de concurrencia competitiva (mayor demanda que oferta), el alumno puede ¿mejorar¿ su nota de acceso mediante la nota de admisión utilizando para ello las notas obtenidas en la fase específica.

Para que tengan validez las notas de la fase específica el alumno debe haber superado la prueba de acceso (fase general) en la misma o anteriores convocatorias.

Nota de admisión= Nota de acceso + a*M1 + b*M2

· Para el cálculo de la nota de admisión, se elegirán en su caso, las dos materias de modalidad (M1 y M2) cuyas calificaciones otorguen al estudiante la mejor nota de admisión.

· Estas materias deben estar adscritas a la rama del conocimiento del título al que se quiere ser admitido.

· a y b son parámetros de ponderación de las materias de la fase específica.

· Variarán entre 0,1 y 0,2 en función de la idoneidad de las materias con las enseñanzas universitarias que se pretenden cursar.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

· La calificación de estas materias de la fase específica tendrá validez durante los dos cursos académicos siguientes. El alumno podrá presentarse para mejorar sus notas en tantas convocatorias como quiera.

La nota máxima de acceso = 10

La nota máxima de admisión= 14

La admisión se lleva a cabo a través del distrito único y abierto que está compuesto por los 6 vicerrectores de estudiantes de las Universidades públicas de Madrid y el Director General de Universidades de la Comunidad de Madrid.

A efectos del procedimiento general de admisión, las Universidades públicas de Madrid (Alcalá, Autónoma, Carlos III, Complutense, Politécnica y Rey Juan Carlos), tienen consideración de una única Universidad y constituyen un Distrito Único. Esto significa que los alumnos deben realizar UNA SOLA SOLICITUD en la que relacionarán, por orden de preferencia, los estudios que deseen iniciar entre todos los ofertados por las seis Universidades. El cien por cien de las plazas de todos los estudios de Madrid se ofertan por DISTRITO ABIERTO, en igualdad de condiciones para todos los alumnos sin tener en cuenta su Distrito de procedencia o el lugar en que residan. Pueden solicitar ingreso en el primer curso de los estudios conducentes a la obtención de títulos oficiales impartidos en el Distrito los alumnos que reúnan los requisitos exigidos por la legislación vigente para acceder a la Universidad:

1. Estudiantes que hayan superado las Pruebas de Acceso a la Universidad o equivalentes (COU anterior al curso 1974/1975, Preuniversitario y Examen de Estado) en cualquier Universidad española.

2. Estudiantes que reúnan los requisitos exigidos para acceder a la universidad en los sistemas educativos de países miembros de la Unión Europea, incluidos los poseedores del Bachillerato Internacional, Bachillerato Europeo, los procedentes del sistema educativo Suizo y alumnos procedentes del sistema educativo Chino, además de los sistemas educativos de Islandia, Noruega y Liechtenstein, sin perjuicio de las pruebas específicas que puedan exigirse para el acceso a determinadas enseñanzas.

3. Estudiantes de Formación Profesional en posesión de títulos oficiales de Técnico Superior, Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del sistema educativo español y títulos declarados homologados o equivalentes.

4. Estudiantes en posesión de una titulación universitaria oficial de Grado, Máster, Diplomado Universitario, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico, Licenciado, Arquitecto, Ingeniero o Títulos equivalentes (ver apartado de legislación básica).

La adjudicación de plazas se realiza en función de la nota de admisión obtenida por el estudiante, como se ha indicado anteriormente. Se atenderán en primer lugar las solicitudes de aquellos estudiantes que hayan superado la prueba de acceso a la universidad (y equivalentes) o sus estudios de Formación Profesional en la convocatoria ordinaria del año en curso o en convocatorias ordinarias o extraordinarias de años anteriores. En segundo lugar, se adjudicarán plazas a los estudiantes que superen en la convocatoria extraordinaria del año en curso.

Las solicitudes que se encuentren en igualdad de condiciones, según las prioridades que establece la legislación, se ordenarán aplicando el criterio que corresponda de entre los siguientes:

1. La nota de admisión obtenida en la prueba de acceso a la universidad.

2. La nota media resultante de promediar la puntuación obtenida en las pruebas de madurez y la media del expediente académico del Bachillerato Superior y del curso Preuniversitario.

3. La nota media del expediente académico del BUP o, en su caso, del Bachiller Superior y del COU, para los que hayan superado este último con anterioridad al curso 1974-75.

4. La nota media del expediente académico de Bachillerato para quienes hayan cursado planes de estudios anteriores al del año 1953. 5. La nota media del expediente académico, cuando se acredite estar en posesión de titulación universitaria o equivalente. 6. La nota media del expediente académico de Formación Profesional o equivalente.

Este grado no cuenta con ninguna prueba de acceso especial y se imparte en español (lengua oficial), por tanto los estudiantes de otros países, que quieran acceder a la titulación, deberán acreditar el conocimiento de español.

Normativa:

Real Decreto 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.

Real Decreto 558/2010,de 7 de mayo, por el que se modifica el Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas.

Orden EDU/1247/2011,de 12 de mayo, por el que se modifica la orden **EDU/1434/2009**de 29 de mayo, por la que se actualizan los Anexos del Real Decreto 1982/2008.

Real Decreto 1892/2008,de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas.

Orden EDU/1434/2009, de 29 de mayo, por la que se actualizan los anexos del Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas.

Orden EDU/268/2010, de 11 de febrero, por la que se modifica la Orden EDU/1434/2009, de 29 de mayo, por la que se actualizan los anexos del Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Corrección de errores del Real Decreto. 1892/2008. 28 de marzo 2009

Corrección de errores del Real Decreto. 1892/2008. 21 de julio 2009

Orden 3208/2009,de 2 de Julio, por la que se desarrollan algunos aspectos dispuestos en el Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre.

Decreto 67/2008,de 19 de Junio, del Consejo de Gobierno, por el que se establece para la Comunidad de Madrid el Curriculum de Bachillerato.

Real Decreto 1467/2007,de 2 de noviembre, por el que se establece la estructura del Bachillerato y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Orden EDU/3242/2010, de 9 de diciembre, por la que se determina el contenido de la fase específica de la prueba de acceso a la universidad que podrán realizar quienes estén en posesión de un título de técnico superior de formación profesional, de técnico superior de artes plásticas y diseño o de técnico deportivo superior y equivalentes.

2.- Otras formas de acceso

2.1- Pruebas de Acceso para Mayores de 25 años

La Normativa es: Las pruebas de acceso reguladas en el RD 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, entrarán en vigor a partir del 8 de junio de 2014, y afectarán a los procedimientos de admisión a partir del año académico 2015/2016

Los requisitos son: Las personas mayores de 25 años, podrán acceder a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado mediante la superación de una prueba de acceso. Sólo podrán concurrir a dicha prueba, quienes cumplan o hayan cumplido 25 años antes del día 1 de octubre del año natural en que se celebre dicha prueba.

2.2.- Pruebas de Acceso para Mayores de 40 años

La Normativa es: Las pruebas de acceso reguladas en el RD 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, entrarán en vigor a partir del 8 de junio de 2014, y afectarán a los procedimientos de admisión a partir del año académico 2015/2016

Los requisitos son: Las personas mayores de 40 años, podrán acceder a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado mediante la superación de una entrevista personal acreditando una determinada experiencia laboral y profesional en relación con la titulación. Sólo podrán concurrir a dicha entrevista, quienes cumplan o hayan cumplido 40 años antes del día 1 de octubre del año natural en que se celebre dicha prueba, además de no estar en posesión de ninguna titulación académica habilitante para acceder a la universidad por otras vías.

2.3.- Pruebas de Acceso para Mayores de 45 años

La Normativa es: Las pruebas de acceso reguladas en el RD 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, entrarán en vigor a partir del 8 de junio de 2014, y afectarán a los procedimientos de admisión a partir del año académico 2015/2016

Los requisitos son: Podrán acceder por esta vía las personas mayores de 45 años de edad que no posean ninguna titulación académica habilitante para acceder a la universidad por otras vías ni puedan acreditar experiencia laboral o profesional.

Podrán acceder a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado mediante la superación de una prueba de acceso adaptada, si cumplen o han cumplido la citada edad antes del día 1 de octubre del año natural en que se celebre dicha prueba.

Podrán realizar la prueba de acceso en la universidad de su elección, siempre que existan en ésta los estudios que deseen cursar, correspondiéndoles, a efectos de ingreso, la universidad en la que haya realizado la prueba correspondiente.

Para el caso de cupos o casos especiales se especifica la documentación adicional que se tendrá que incluir. Los cupos que la Universidad ha decidido mantener en cada caso que distingue la legislación vigente son los siguientes:

1.- Alumnos extranjeros: sólo en la fase de preinscripción de junio, el 1% para nacionales de países no comunitarios ni del espacio económico europeo con convenio de reciprocidad y que hayan superado las pruebas de acceso en el actual curso académico o el anterior.

2.- *Plazas reservadas para mayores de 25 años.* Para los estudiantes que hayan superado la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años de edad, se reservarán un número de plazas no inferior al 2 por 100.

3.- *Plazas reservadas para mayores de 45 años y para mayores de 40 años que acrediten experiencia laboral y profesional.* Para las personas que accedan a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado habiendo superado la prueba de acceso a la universidad para mayores de 45 años o acreditando una experiencia laboral o profesional a la que se refiere el artículo 36, las universidades reservarán en su conjunto un número de plazas no inferior al 1 por 100 ni superior al 3 por 100.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

4.- *Plazas reservadas a estudiantes con discapacidad.* Se reservará un 5 por 100 de las plazas disponibles para estudiantes que tengan reconocido un grado de discapacidad igual o superior al 33 por 100, así como para aquellos estudiantes con necesidades educativas especiales permanentes asociadas a circunstancias personales de discapacidad, que durante su escolarización anterior hayan precisado de recursos y apoyos para su plena normalización educativa.

5.- *Plazas reservadas a deportistas de alto nivel y de alto rendimiento.* Rendimiento se regirá por lo dispuesto en el artículo 9.1 del Real Decreto 971/2007, de 13 de julio, sobre deportistas de alto nivel y alto rendimiento. Se reservará un porcentaje mínimo del 3 por 100 de las plazas ofertadas por los centros universitarios, para quienes acrediten su condición de deportista de alto nivel o de alto rendimiento y reúnan los requisitos académicos correspondientes.

6.- *Plazas reservadas a estudiantes con titulación universitaria o equivalente.* Para los estudiantes que ya estén en posesión de una titulación universitaria oficial o equivalente, se reservará un número de plazas no inferior al 1 por 100 ni superior al 3 por 100.

Los estudiantes que reúnan los requisitos para solicitar la admisión por más de una vía de acceso (general y/o porcentaje de reserva) podrán optar, a efectos de preinscripción, por una de entre las varias vías posibles, a su elección, pero únicamente por una de ellas.

Las plazas objeto de reserva que queden sin cubrir se acumularán a las ofertadas por el régimen general en la fase de junio.

La información anterior será susceptible de modificaciones en función de los posibles cambios en el calendario académico.

El acceso a las enseñanzas oficiales de grado requerirá estar en posesión del título de bachiller o equivalente y la superación de la prueba a que se refiere el artículo 42 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, modificada por la Ley 4/2007, de 12 de abril, sin perjuicio de los demás mecanismos de acceso previstos por la normativa vigente (RD 1640/1999, de 22 de octubre, (BOE de 27 de octubre de 1999), modificado y completado por el RD 990/2000, de 2 de junio (BOE de 3 de junio de 2000) y por el RD 1025/2002, de 4 de octubre (BOE de 22 de octubre de 2002) y desarrollado por la Orden de 25 de noviembre de 1999 (BOE de 30 de noviembre de 1999)).

Sobre el perfil de ingreso recomendado, no se pone ninguna restricción distinta a la que establece la ley.

A continuación se incluye la normativa de permanencia para los estudios de Grado:

NORMATIVA DE PERMANENCIA

ARTÍCULO 1. OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

La presente normativa tiene por objeto regular el régimen de matrícula y permanencia de los estudiantes en los estudios oficiales de Grado de la Universidad Rey Juan Carlos.

ARTÍCULO 2. DEDICACIÓN A TIEMPO COMPLETO Y A TIEMPO PARCIAL

2.1. Los estudiantes, con independencia del curso en el que se encuentren, podrán elegir la condición de Estudiantes a Tiempo Completo o Estudiantes a Tiempo

Parcial.

2.2 Estudiantes a Tiempo Completo serán aquellos que se encuentren matriculados, durante un curso académico, en un número de créditos que oscile entre 48 y 78. Por defecto, todos los estudiantes de Grado en la Universidad Rey Juan Carlos, se considerarán Estudiantes a Tiempo Completo.

2.3. Estudiantes a Tiempo Parcial serán aquellos que se encuentren matriculados, durante un curso académico, entre 24 y 47 créditos. Los estudiantes que se matriculen en esta modalidad, tienen que indicar la condición de Estudiante a

Tiempo Parcial al realizar la matrícula.

2.4. El límite inferior de créditos para Estudiantes a Tiempo Parcial no será aplicable a aquellos a quienes les falten menos de 24 ECTS para terminar su titulación, sin que se pueda alterar el tiempo de permanencia recogido en el artículo 6. 2

2.5. Los Estudiantes a Tiempo Parcial podrán solicitar a los/as Decanos/as y Directores/as de los Centros responsables de su titulación, a través de sus Coordinadores/as de titulación una "Dispensa Académica Especial" que les exima de la asistencia a clase de aquellas asignaturas, o partes de asignaturas, en las que se admita la Dispensa en su Guía Docente sin que afecte al proceso de Evaluación. En caso de ser concedida, los decanos y directores de los centros comunicarán al profesor responsable de la asignatura dicha concesión.

ARTÍCULO 3. NÚMERO MÁXIMO DE CRÉDITOS MATRICULABLES

3.1. El número máximo de créditos en los que podrá matricularse un Estudiante a Tiempo Completo de nuevo ingreso en primer curso será de 78. Quedan excluidos de este cómputo los créditos referidos a las Prácticas Externas y el Trabajo Fin de Grado

3.2. Los Estudiantes a Tiempo Completo podrán matricularse hasta un máximo de 78 créditos, siempre que el horario sea compatible. En caso de doble grado serán 101 créditos.

3.3. Los estudiantes a Tiempo Parcial no podrán superar nunca el número de 47 créditos matriculados.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ARTÍCULO 4. RÉGIMEN DE MATRICULACIÓN

Período de matrícula. La matrícula se realizará dentro de los periodos y plazos fijados, y en la forma determinada por la Universidad. Los plazos y procedimientos de matrícula y preinscripción se harán públicos antes del comienzo del curso académico.

ARTÍCULO 5. PERMANENCIA EN LOS ESTUDIOS DE GRADO

5.1. La permanencia de los estudiantes en los estudios de Grado será de un máximo de ocho años para estudiantes a tiempo completo. Los estudiantes a tiempo parcial podrán solicitar al Rector una prórroga de hasta dos años más. Se entenderá por estudiante a tiempo parcial el que hubiera solicitado esta condición durante al menos dos cursos académicos.

5.2. En los Grados de duración superior a 240 créditos (4 años), el máximo del apartado anterior se incrementará en un año más por cada 60 créditos ECTS que se adicionen a los 240 ECTS.

5.3. Cuentan cómo años de permanencia aquellos en que el estudiante haya formalizado su matrícula y no la haya anulado o se le haya anulado la matrícula por impago.

5.4. Los estudiantes habrán de superar en el primer curso un mínimo de dos asignaturas. Los estudiantes que cursen estudios a tiempo parcial, deberán superar al menos una asignatura en su primer año académico. La no obtención de este número mínimo de asignaturas determinará la imposibilidad de continuar los estudios iniciados.

5.5. No obstante lo anterior, con carácter extraordinario, el Rector podrá autorizar, a petición del interesado, la continuación de los estudios en aquellos casos particulares en los que causas de fuerza mayor debidamente probadas hubieran afectado al rendimiento académico del estudiante.

ARTÍCULO 6. NÚMERO DE MATRÍCULAS

6.1. Los estudiantes que estén cursando cualquier titulación oficial de Grado de la Universidad Rey Juan Carlos podrán realizar un máximo de cuatro matrículas para la superación de cada una de las asignaturas del plan de estudios, sin contar anulaciones anteriores de las mismas.

6.2. Previa solicitud motivada del estudiante, el Rector podrá conceder una matrícula adicional y de forma excepcional una matrícula adicional extraordinaria.

6.3. Régimen de evaluación. Con carácter general, la matrícula en una asignatura da lugar al derecho a ser evaluado y calificado a lo largo del curso de conformidad con el régimen de evaluación establecido en la Guía Docente de cada asignatura, y cuya calificación se recogerá en el acta ordinaria o extraordinaria correspondiente.

6.4. Las asignaturas correspondientes al primer cuatrimestre se calificarán en el acta de evaluación ordinaria en las fechas establecidas en el calendario académico oficial aprobado por el Consejo de Gobierno cada año.

6.5. Las asignaturas correspondientes al segundo cuatrimestre y las de duración anual se calificarán en el acta ordinaria en las fechas establecidas en el calendario académico oficial aprobado por el Consejo de Gobierno cada año.

6.6. Durante el período establecido en el calendario oficial los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la evaluación ordinaria, podrán ser evaluados de aquellos conocimientos y competencias que puedan ser reevaluables, según lo establecido en la Guía Docente, en una evaluación extraordinaria.

ARTÍCULO 7. DISCAPACIDAD Y SITUACIONES EXCEPCIONALES

La Universidad promoverá la efectiva adecuación de la normativa de permanencia y matrícula a las necesidades de los estudiantes con discapacidad mediante la valoración de cada caso concreto y la adopción de las medidas específicas adecuadas. Asimismo, la Universidad velará por la flexibilización de estas normas cuando el estudiante sufra una enfermedad grave durante un tiempo prolongado, o cuando se produzca alguna otra situación excepcional. A estos efectos, previa solicitud del estudiante, los Decanos o Directores de Escuela realizarán una propuesta motivada al Rector para valorar cada caso concreto y adoptar las medidas que resulten pertinentes.

Disposición Final

La presente normativa se publicará al día siguiente de su aprobación y será de aplicación a partir del curso académico 2014-2015.

Normativa y procedimientos para alumnos en el grupo en inglés. Los alumnos que se decanten por estudiar una carrera en inglés en la URJC deben contar previamente con un nivel de conocimiento y manejo de la lengua inglesa suficiente para poder desenvolverse en el aula, entendiendo las explicaciones de los profesores, tomando notas, buscando información adicional en fuentes en lengua inglesa y desarrollando trabajos escritos y exámenes de forma satisfactoria.

El proceso de admisión en el grado bilingüe incluye, además de las pruebas regulares de acceso a la Universidad, una acreditación de un nivel B2 de inglés, según el **Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación**. El Marco Común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza y evaluación (MCER) es un estándar que pretende servir de patrón internacional para medir el nivel de comprensión y expresión orales y escritas en una lengua. El Marco común europeo de referencia establece una serie de niveles para todas las lenguas a partir de los cuales se favorece la comparación u homologación de los distintos títulos emitidos por las entidades certificadas.

Esta acreditación del nivel de inglés será a través de una prueba de nivel realizado en el Centro Universitario de Idiomas de la Universidad Rey Juan Carlos. Dicha prueba medirá las capacidades que el alumno debe controlar a nivel B2 para las categorías *comprender*, *hablar* y *escribir*. La categoría *comprender* integra las destrezas *comprensión auditiva* y *comprensión de lectura*; la categoría *hablar* integra las de *interacción oral* y *expresión oral* y la categoría *escribir* comprende la destreza *expresión escrita*.

El nivel B2 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCREL) se corresponde con el nivel de competencia intermedio-alto de uso comunicativo de la lengua.

- **Nivel B2**: Se adquiere cuando el estudiante es capaz de entender las ideas principales de textos complejos que traten de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico siempre que estén dentro de su campo de especialización; cuando puede relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez y naturalidad de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de ninguno de los interlocutores y cuando puede producir textos claros y detallados sobre temas diversos así como defender un punto de vista sobre temas generales indicando los pros y los contras de las distintas opciones.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Nivel	Comprender		Hablar		Escribir
	Comprensión auditiva	**Comprensión de lectura**	**Interacción oral**	**Expresión oral**	**Expresión escrita**
B2	Comprendo discursos y conferencias extensos e incluso sigo líneas argumentales complejas siempre que el tema sea relativamente conocido. Comprendo casi todas las noticias de la televisión y los programas sobre temas actuales. Comprendo la mayoría de las películas en las que se habla en un nivel de lengua estándar.	Soy capaz de leer artículos e informes relativos a problemas contemporáneos en los que los autores adoptan posturas o puntos de vista concretos. Comprendo la prosa literaria contemporánea.	Puedo participar en una conversación con cierta fluidez y espontaneidad, lo que posibilita la comunicación normal con hablantes nativos. Puedo tomar parte activa en debates desarrollados en situaciones cotidianas explicando y defendiendo mis puntos de vista.	Presento descripciones claras y detalladas de una amplia serie de temas relacionados con mi especialidad. Sé explicar un punto de vista sobre un tema exponiendo las ventajas y los inconvenientes de varias opciones.	Soy capaz de escribir textos claros y detallados sobre una amplia serie de temas relacionados con mis intereses. Puedo escribir redacciones o informes transmitiendo información o proponiendo motivos que apoyen o refuten un punto de vista concreto. Sé escribir cartas que destacan la importancia que le doy a determinados hechos y experiencias.

Serán eximidos de la realización de esta prueba aquellos candidatos que se encuentren en posesión de algún título que acredite una competencia en lengua inglesa de nivel B2, C1 o C2 (**TOEFL, TOEIC, IELTS, UNIVERSITY OF CAMBRIDGE)**, según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.

EQUIVALENCIAS NIVELES / EXÁMENES OFICIALES DE INGLES

MARCO COMÚN EUROPEO (MCER)	ESCUELA OFICIAL DE IDIOMAS	TOIEC	TOEFL iBT	IELTS	UNIVERSITY OF CAMBRIDGE
C2				A partir de 7¿5	Proficiency in English
C1		TOIEC Entre 880 y 990	Entre 110 y 120	Entre 6¿5 y 7	Certificate in Advanced English Business English Certificate (BEC3)
B2	Avanzado 2	TOIEC Entre 725 y 879	Entre 87 y 109	Entre 5¿5 y 6	First Certificate Business English Certificate (BEC2)
	Avanzado 1				

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

La Universidad Rey Juan Carlos, conocedora del cambio tan importante que supone para el alumno de primera matriculación su entrada en la universidad, ha puesto en marcha diversos sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados:

1.- Programa de Tutorías Integrales (PTI): El PTI es un mecanismo de acogida, orientación, integración y apoyo para los estudiantes de la URJC.

La Universidad, consciente de la necesidad de desarrollar programas de tutorías específicos que orienten y motiven a los alumnos para su mejor rendimiento académico y su implicación en la Universidad y en su programa formativo, y dentro de las recomendaciones de los distintos programas de Evaluación Institucional de la ANECA, decidió implantar en el curso 2005-06 un Plan Piloto de Tutorías Integrales.

En el curso académico 2008-2009, dicho programa se incorpora a los títulos de Grado como una actuación que todo profesor debe desempeñar dentro de su actividad docente y en la que todo alumno tiene la obligación y el derecho de participar activamente.

2.- Programa de Mentoring: El Programa de Mentoring (o de tutorías entre iguales) en la Universidad Rey Juan Carlos surge como apoyo a la acción tutorial desarrollada por los Tutores Integrales de Grupo. Con el Mentoring se da participación a los alumnos universitarios en la gestión del sistema. Son los propios estudiantes de los últimos cursos de grado los que como Mentores colaboran con los Tutores para acoger, integrar, orientar y guiar a los alumnos de primer curso de su misma titulación.

La inclusión de mentores en el Programa supone un beneficio para los estudiantes tutorizados, especialmente para los de nuevo ingreso, ya que los mentores les enseñarán la Universidad, les ayudarán a resolver sus dudas iniciales y a mejorar su rendimiento. Por otra parte los mentores darán apoyo a los tutores, facilitándoles su gestión.

3.- **Jornadas de Acogida:** Las Jornadas de Acogida consistirán en un Acto de Bienvenida y Presentación por parte de las diferentes Escuelas y Facultades, encuentro con los tutores integrales de grupo, y visita a las principales instalaciones del campus guiada por alumnos mentores de último curso. Consulta en el enlace: **http://www.urjc.es/component/k2/841-jornadas-de-acogida** las fechas, horas y lugares de presentación de las diferentes titulaciones.

4.- **La Oficina de Egresados:** tiene como objetivo establecer una estrategia de seguimiento a egresados de la Universidad Rey Juan Carlos con la que se pretende fortalecer las relaciones con nuestros titulados y desarrollar un vínculo más activo, ofreciéndoles ventajas y beneficios en todas las actividades y servicios que se generan desde la Oficina de Egresados y la Universidad en general.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

La Oficina de Egresados cuenta con un **Plan Estratégico de Empleo y Emprendimiento** encargado de diseñar acciones y programas que promuevan el desarrollo integral de sus titulados y favorezcan y faciliten su inserción laboral. El citado Plan abarca fundamentalmente cuatro ejes estratégicos específicos de actuación y de interés profesional:

1) Plan de orientación y asesoramiento para el empleo

2) Plan de información y formación para el empleo

3) Plan para el autoempleo o emprendimiento

4) Plan para la relación con empresas y oportunidades de empleo

El Plan Estratégico de Empleo y Emprendimiento **va dirigido a los egresados de los últimos tres años** y tiene como objetivo principal establecer vínculos permanentes en el sector productivo de la economía nacional e internacional, que permitan satisfacer las necesidades de colocación y desarrollo profesional de nuestros titulados, así como la demanda de personas cualificadas y profesionales que requieran las empresas.

A través de la web (**http://www.urjc.es/alumni-web/alumni**), se ofrece a los ex alumnos egresados de la Universidad toda la información sobre las ventajas de pertenecer a la red de antiguos alumnos. Pueden acceder al servicio de intermediación laboral, bolsa de trabajo, convocatoria de becas, información y formación para el empleo, orientación y asesoramiento para el autoempleo y el emprendimiento, trámite del carné de egresado, actualización de datos, información general de egresados destacados, movilidad internacional, buscador de egresados, redes profesionales y demás asuntos de interés profesional y laboral. Se dedica especial atención a la inserción laboral de las personas con discapacidad, por lo que hay un espacio específico sobre empleo y discapacidad. Asimismo, se cuenta con un observatorio ocupacional con el que se pretende el seguimiento de la empleabilidad y trayectoria profesional de los egresados.

5.- Unidad de Atención a Personas con Discapacidad

La Universidad Rey Juan Carlos incorpora, desde el año 2005, la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad (UAD), el cual tiene como objetivo ofrecer apoyo, asesoramiento y asistencia en materia de integración sociolaboral a aquellas personas de la comunidad universitaria que presenten cualquier diversidad funcional como consecuencia de una discapacidad. La UAD se dirige a los tres colectivos que constituyen la Universidad: Personal Docente, Personas de Administración y Servicios, y Estudiantes, siendo este último grupo el más numeroso y por tanto hacia el que más acciones se dirigen.

Las actuaciones de la UAD se encuentran reguladas por Normativa Propia de la URJC aprobada por Consejo de Gobierno y fue recogido en los Estatutos de la Universidad a fin de clarificar el compromiso adquirido por el equipo de gobierno hacia la consecución de los objetivos generales de inclusión educativa y normalización de la discapacidad en las aulas universitarias, garantizando la igualdad de oportunidades en la vida académica de los estudiantes o en el desempeño de sus puestos de trabajo de los trabajadores con discapacidad.

Las líneas de acción de la UAD, tal como se presenta en su web (**http://www.urjc.es/component/k2/1004-uad-discapacidad**), incluyen:

- Accesibilidad física, administrativa y de comunicación.

- Formación docente en materia de discapacidad.

- Investigación y desarrollo tecnológico.

- Extensión Universitaria y Servicio Social.

Asesoramiento para el acceso, desempeño y mantenimiento del empleo.

Una vez abordados todas las áreas anteriormente expuestas, la URJC en su compromiso con las personas con discapacidad, quiere profundizar aún más en sus acciones, planteando como objetivo fomentar la empleabilidad, el acceso al mercado laboral y la permanencia en el mismo.

Sistemas de apoyo específicos a los estudiantes de la modalidad semipresencial / a distancia.

Los estudiantes de modalidades semipresencial o a distancia reciben, al matricularse por primera vez, el envío de información específica relativa a dicha modalidad.

Asimismo, el Centro de Innovación en Educación Digital (CIED) ofrece apoyo técnico-docente mediante un conjunto de Asesoras Técnico Docentes que atienden a estudiantes y profesores de cada titulación semipresencial y a distancia. También, los alumnos cuentan con:

- Formación online sobre donde se les proporciona información sobre los procedimientos y los servicios que tienen a su disposición y se les muestra el funcionamiento de la plataforma de enseñanza virtual.
- Distintos espacios de comunicación, dentro de Aula Virtual, que les permite estar en contacto directo con su Asesora Técnico docente, con la dirección del máster y con sus compañeros. En concreto, dichos espacios se denominan:
    - HELP CONTACTA CON TU ATD. A través de este espacio el alumno puede contactar con su Asesora Técnico Docente y consultar distinta información de interés. Además, es aquí donde su Asesor Técnico Docente les trasmitirá distintas noticias e información.
    - HELP- CONTACTA CON TU COORDINADOR. Este espacio permite que los estudiantes y la dirección del máster puedan comunicarse de forma fluida y directa.
    - HELP- CONTACTA CON TUS COMPAÑEROS. Este espacio permite que los estudiantes se conozcan entre sí.
- Una plataforma online que les permite realizar las prácticas desde casa, accediendo a un entorno de trabajo virtual, denominado MyApps, que tiene configurado todo el software necesario para el correcto desarrollo de cada titulación.
- Acceso a los recursos electrónicos de la biblioteca universitaria (bases de datos de recursos, Revistas y libros electrónicos).

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Además, y configurado dentro de las acciones de acogida, disponen de un espacio de apoyo específico dentro de la web www.online.urjc.es denominado ¿Vive la experiencia URJC online¿. A través de este espacio, la URJC ofrece un itinerario de apoyo y ayuda al estudiante de estudios semipresenciales o a distancia, con el objetivo de guiarle y acompañarle en el desarrollo de su vida académica. En concreto se recoge, agrupada en distintos bloques, la siguiente información:

1. **Ya soy alumn@ ¿Y ahora qué?**. Vídeo de bienvenida del Rector y del director Académico de URJC online; vídeo de bienvenida del coordinador del Grado correspondiente y del Asesor Técnico Docente; Acceso y contacto con la Oficina de atención al estudiante y los distintos métodos de comunicación de los que dispone.
2. **URJC Online**. La web. Información General para todos los alumn@s; becas, ayudas y subvenciones; MOOC (Cursos Masivos Gratuitos Online); Redes Sociales (Twitter, Facebook, Google+, Youtube)
3. **Aula Virtual.** Información sobre el acceso y uso de la plataforma de aprendizaje online de la URJC, enlaces de interés y espacios formativos, preguntas frecuentes, apoyo y ayuda desde Aula Virtual, el equipo de Asesores Técnicos Docentes.
4. **Formación sobre la plataforma virtual.** Curso de formación para que el los alumn@s conozcan los servicios que tienen a su disposición y cómo utilizar la plataforma de enseñanza virtual (Aula Virtual)

Esta información se complementa con una sesión de acogida realizada mediante videoconferencia que se lleva a cabo durante la primera semana del curso. La finalidad de la misma es facilitar un espacio síncrono de consulta de dudas en la que puedan plantear, al equipo técnico-docente del Centro de Innovación en Educación Digital, cualquier consulta sobre aspectos como: Pautas de acceso a al espacio ¿Vive la experiencia URJC Online¿ y a la plataforma de Aula Virtual. Información sobre los asesores técnicos docentes de apoyo, procedimientos a realizar en la universidad, espacios de comunicación donde pueden ponerse en contacto con: coordinador/a de su titulación, asesor técnico docente asociado a su titulación, compañeros de titulación.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	63

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

4.4 Transferencia y reconocimiento de créditos: sistema propuesto por la Universidad

No existe un sistema propuesto por la Universidad distinto al que se establece con carácter general en el artículo 13 citado, por lo que la transferencia y reconocimiento de créditos se efectuará de acuerdo con los siguientes criterios:

Se reconocerán los siguientes créditos correspondientes a materias de formación básica dentro de la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas:

Materia	Asignatura	Créditos ECTS
Derecho	Derecho Civil	6,0
Empresa	Introducción a la Empresa	6,0
Historia	Historia Económica y del Marketing	6,0
Comunicación	Marketing y Técnicas de Comunicación Interpersonal	6,0
Sociología	Sociología de la Empresa	6,0
Economía	Economía I: Microeconomía	6,0
Total créditos reconocidos en la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas		36,0

Se reconocerán los siguientes créditos correspondientes a materias de formación básica dentro de distintas ramas de conocimiento. El total de créditos reconocidos correspondientes a materias de formación básica serán 60.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Materia	Asignatura	Créditos ECTS
Idioma	Idioma moderno	6,0
Historia	Historia del Derecho de las Instituciones Comerciales	6,0
Informática	Informática Aplicada al Marketing	6,0
Principios Jurídicos Básicos: Deontología Profesional e Igualdad	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	6,0
Total créditos reconocidos en la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas		24,0

El resto de los créditos podrán ser reconocidos por la Universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o bien que tengan carácter transversal, a través de la Comisión de Convalidaciones de la Facultad.

Se detallan las convalidaciones con titulaciones FP

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

TITULACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL: TÉCNICO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

TITULACIÓN UNIVERSITARIA: : GRADO EN MAR-

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

KE-
TING

Asig-
na-
tu-
ras
Asig-
fe-
sio-
na-
(es)

ANÁLISIS
ECO-
NÓ-
MI-
CO-FI-
MAN-
CIE-
RO-
EN
MAR-
KE-
TING
I

APLI-
CAR-
CIÓ-
NES
DA
FOR-
MÁ-
DA
CAS
LA
OPE-
RIÓN
DE-
RA
DE-
PRESA
CLA-
DOS

PRÁC-
TI-
CAS
EN
CEN-
TROS
DE
TRA-
BA-
JO

Total
Cré-
di-
tos
Asig-
na-
tu-
ras
Obli-
ga-
tión
Bás
si-

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ca
pe-
pta
ras
Ra-
mas

(1) Bas = Básica **Obl** = Obligatoria

(*) SIEMPRE QUE LA FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO SEA DE SIMILAR NATURALEZA A LAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS DEL GRADO

tabla de reconocimiento de créditos

**UNI-
VE-
RSI-
DAD
REY
JUAN
CAR-
LOS**

TI-
TU-
LA-
CIÓN
DE
FOR-
MA-
CIÓN
PRO-
FESIO-
NAL:
TÉC-
NI-
CO
SU-
PE-
RIOR
EN
CO-
MER-
CIO
IN-
TER-
NA-
CIO-
NAL

TI-
TU-
LA-
CIÓN
UNI-
VE-
RSI-
TA-
RIA: :
GRA-
DO
EN
MAR-
KE-
TING

**Cré-
dito-**

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

tos Asig- fre- tura- sio- na- tes				
APLICACIÓN DE LAS NORMAS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS EN EMPRESA	Obl	6	6	
PRÁCTICAS EN CENTROS DE TRABAJO	Obl	6	6	
Total Créditos Asignaturas Optativas		30		
Física de Plasmas	Bás	6		

(1) Bas = Básica **Obl** = Obligatoria

(*) SIEMPRE QUE LA FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO SEA DE SIMILAR NATURALEZA A LAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS DEL GRADO

tabla de reconocimiento de créditos

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

TITULACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL: TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING

TITULACIÓN UNIVERSITARIA: : GRADO EN MARKETING

[illegible]

[illegible]

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

LA OPERACIÓN DE LA EMPRESA ... CLADOS

PRÁCTICAS EN EMPRESAS / FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO

DE ... DUCCIÓN AL MARKETING / POLÍTICAS DE MARKETING

36 Total Créditos Asignaturas Obligatorias / Básica ... propias Ramas

(1) Bas = Básica **Obl** = Obligatoria

(*) SIEMPRE QUE LA FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO SEA DE SIMILAR NATURALEZA A LAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS DEL GRADO

Tabla de reconocimiento de créditos

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

UNI-VE-RSI-DAD REY JUAN CAR-LOS

TI-TU-LA-CIÓN DE FOR-MA-CIÓN PRO-FESIO-NAL: Téc-ni-co Su-pe-rior en Ges-tión de Ven-tas y Es-pa-cios Co-mer-cia-les (LOE)

TI-TU-LA-CIÓN UNI-VE-RSI-TA-RIA: : GRA-DO EN MAR-KE-TING

[illegible]

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

DISEÑO DE DISTRIBUCIÓN
Diseño de espacios comerciales
Logística de almacenamiento
Logística de aprovisionamiento

TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL

DIRECCIÓN DE VENTAS
equipos de ventas

INTRODUCCIÓN AL MARKETING

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO EN MARKETING I	
ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO EN MARKETING II	
INVESTIGACION DE MERCADOS I	
DERECHO DEL TRABAJO DE LA SEGURIDAD SOCIAL	
PRACTICAS EXTERNAS de trabajo	
total Créditos	

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Asignaturas [illegible] sica [illegible] mas

(1) Bas = Básica **Obl** = Obligatoria

(*) SIEMPRE QUE LA FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO SEA DE SIMILAR NATURALEZA A LAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS DEL GRADO

tabla de reconocimiento de créditos

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
TITULACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL: TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN DEL TRANSPORTE
TITULACIÓN UNIVERSITARIA: :

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

GRADO EN MARKETING

[illegible]

[illegible]

[illegible] de trabajo

[illegible] Total Créditos Asignaturas [illegible] Básica [illegible] mas

(1) Bas = Básica **Obl** = Obligatoria

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

(*) SIEMPRE QUE LA FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO SEA DE SIMILAR NATURALEZA A LAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS DEL GRADO

Tabla de reconocimiento de créditos

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

TITULACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL: Técnico Superior en Marketing y Publicidad (LOE)

TITULACIÓN UNIVERSITARIA: : GRADO EN MARKETING

[illegible]

[illegible]

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO EN MARKETING II

INTRODUCCIÓN AL MARKETING

Marketing DIGITAL

Elaboración de Material de Comunicación

Relaciones públicas y organiza-

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ción de eventos de marketing

MARKETING Y SOPORTE DE COMUNICACIÓN

DEVESTIGACIÓN DE MERCADOS I

MARKETING Diente, CONSUL, DIRECTO Y Esuario TERACTIVO

DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL

PRACTICAS EX-

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CENTROS de trabajo	
Total Créditos Asignaturas Optimación Básica propias Ramas	

(1) Bas = Básica **Obl** = Obligatoria

(*) SIEMPRE QUE LA FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO SEA DE SIMILAR NATURALEZA A LAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS DEL GRADO

tabla de reconocimiento de créditos

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS	
TITULACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL: TÉCNICO SUPERIOR EN SECRETARIADO	

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

TITULACIÓN UNIVERSITARIA: : GRADO EN MARKETING

[illegible]

[illegible] ... INFORMACIÓN

[illegible] ... de trabajo

30

Total Créditos Asignatu-

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ras
Obli-
gato-
ria
Bás
si-
ca
pro-
pias
Ra-
mas

(1) Bas = Básica **Obl** = Obligatoria

(*) SIEMPRE QUE LA FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO SEA DE SIMILAR NATURALEZA A LAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS DEL GRADO

tabla de reconocimiento de créditos

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

TITULACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL: TÉCNICO SUPERIOR EN SERVICIOS AL CONSUMIDOR

TITULACIÓN UNIVERSITARIA: : GRADO EN MAR-

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

KE-
TING

de
tra-
ba-
jo

Total
Créditos
Asig-
na-
tu-
ras
Obli-
ga-
to-
rias
Bá-
si-
ca
de
otras
Ra-
mas

(1) Bas = Básica **Obl** = Obligatoria

(*) SIEMPRE QUE LA FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO SEA DE SIMILAR NATURALEZA A LAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS DEL GRADO

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Además, de acuerdo con el artículo 46.2.i) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades, los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.

Además de lo establecido en el artículo 6 del Real Decreto 1393/2007, la transferencia y reconocimiento de créditos en las enseñanzas de grado deberán respetar las siguientes reglas básicas:

a) Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento los créditos correspondiente s a las materias de formación básica de dicha rama (MODULO DE CONOCIMIENTO BÁSICOS DE RAMA)

b) Serán también de 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 (MÓDULO DE CONOCIMIENTO BÁSICOS COMUNES)

c) El resto de los créditos podrán ser reconocimiento por la Universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las restante materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o bien que tengan carácter transversal

De acuerdo con el artículo 46.2.i) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades, los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación hasta un máximo de 6 créditos del total del plan de estudios cursado a través de la asignatura obligatoria "reconocimiento académico de créditos".

Para más información véase:

http://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Convalidaciones_y_Reconocimientos_GRADOS.pdf

donde aparece entre otras cosas la siguiente normativa (extraemos solo los puntos referidos a las titulaciones reguladas por el R.D. 1393/2007):

CAPÍTULO I

Disposiciones generales Artículo 1. Objeto.

Este Reglamento establece el procedimiento a través del cual se tiene que llevar a cabo la convalidación, el reconocimiento y la transferencia de créditos de los Grados Universitarios, estudios establecidos para la adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior, y regulados por el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

Artículo 2. Solicitudes.

2.1.- Las solicitudes de reconocimiento de o transferencia de créditos en Titulaciones de Grado, se realizarán por los alumnos de manera telemática, utilizando el sistema desarrollado a tal efecto por la Universidad Rey Juan Carlos, en los plazos establecidos.

2.2.- Todos aquellos alumnos que realicen una solicitud de reconocimiento o transferencia de créditos deberán abonar la tasa de estudio de las solicitudes de reconocimiento y transferencia de créditos y de convalidación de los estudios realizados en centros españoles de 35¿ o de centros extranjeros de 70¿, como se establece en DECRETO 80/2014, de 17 de julio, del Consejo de Gobierno, por el que se fijan los precios públicos por estudios universitarios conducentes a títulos oficiales y servicios de naturaleza académica en las universidades públicas de la Comunidad de Madrid para el curso académico 2015-16.

2.3.- Los alumnos que tengan en su matrícula deducción por Familia Numerosa o Discapacidad, podrán solicitar en su Secretaría de Alumnos, antes de abonar el recibo de convalidaciones/reconocimiento, que dicha deducción sea aplicada.

2.4.- Dependiendo de los estudios previos cursados por el alumno, el tipo de solicitud puede variar:

2.4.1. ALUMNOS CON ESTUDIOS PREVIOS CURSADOS EN LA URJC Y CON TABLA DE CONVALIDACIONES APROBADA POR LA COMISIÓN:

a) Aquellos alumnos que vayan a solicitar un reconocimiento de asignaturas entre una titulación de origen URJC (la cual no haya finalizado) y una titulación de destino URJC, deberán realizar dicho reconocimiento de manera automá-

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

tica **antes de formalizar su automatrícula**., siempre y cuando exista una tabla de convalidaciones aprobada por la comisión de convalidaciones.

b) El sistema, mediante la tabla de convalidaciones, hará efectiva la resolución de las mismas, y por lo tanto el alumno podrá saber en ese mismo momento que asignaturas han sido convalidadas.

2.4.2.- ALUMNOS CON ESTUDIOS PREVIOS DE CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR CON TABLA DE CONVALIDACIÓN APROBADA POR LA COMUNIDAD DE MADRID O POR LA COMISIÓN.

a) Las solicitudes de este tipo de reconocimientos se realizarán después de haber hecho efectiva la automatrícula, utilizando el sistema desarrollado a tal efecto por la Universidad Rey Juan Carlos.

b) El alumno únicamente podrá solicitar reconocimiento de aquellas asignaturas que estén encuadradas dentro de la tabla de convalidación aprobada por la Comisión de Convalidaciones en su titulación.

c) A todos aquellos alumnos que presenten una solicitud de reconocimiento de asignaturas distinta a la encuadrada en la tabla de convalidaciones, se les denegará dicho reconocimiento.

d) Una vez que el alumno realice la solicitud telemática, deberá presentar **por el procedimiento establecido por la URJC, la documentación requerida para tramitar su solicitud.**

f) La documentación necesaria que el alumno tendrá que presentar es:

· El resguardo de la solicitud que se debe imprimir al realizar la solicitud telemática.

· El resguardo de abono de tasas de convalidación o reconocimiento.

· El certificado académico personal sellado por el centro de origen.

2.4.3.- ALUMNOS CON ESTUDIOS UNIVERSITARIOS PREVIOS CURSADOS EN OTRA UNIVERSIDAD O CENTRO O SIN TABLA DE CONVALIDACIÓN APROBADA POR LA COMISIÓN:

a) Las solicitudes de este tipo de reconocimientos se realizarán después de haber hecho efectiva la automatrícula, utilizando el sistema desarrollado a tal efecto por la Universidad Rey Juan Carlos.

b) El plazo de presentación de las solicitudes de reconocimiento o transferencia será el oficial de la matrícula, establecido en cada momento por la Universidad y, en todo caso, antes del 15 de octubre del año en curso.

c) Aquellos alumnos que soliciten el reconocimiento de las asignaturas de **Idioma Moderno y/o Prácticas Externas** deberán realizar una solicitud individual para cada una de ellas.

d) Una vez que el alumno realice la solicitud telemática, deberá presentar **por el procedimiento establecido por la URJC, la documentación requerida para tramitar su solicitud.**

e) La documentación necesaria que el alumno tendrá que presentar es:

· El resguardo de la solicitud que se debe imprimir al realizar la solicitud telemática.

· El resguardo de abono de tasas de convalidación o reconocimiento.

· El certificado académico personal sellado por el centro de origen.

· El plan de estudios de la Titulación de origen sellado por el centro.

· El programa de las asignaturas cursadas de las que solicita el reconocimiento de créditos sellados por el centro de origen.

La universidad podrá solicitar al alumno, en cualquier momento documentación adicional que considere necesaria para el estudio de la convalidación, así como la documentación original o fotocopia compulsada.

En el caso de que la Titulación de origen se haya cursado en la Universidad Rey Juan Carlos, no será necesario presentar la documentación recogida en los tres últimos puntos del presente apartado.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

f) A todos aquellos alumnos que no presenten la documentación necesaria en el plazo establecido, se les denegará su reconocimiento por falta de documentación.

g) El alumno podrá comprobar a través del Portal de Servicios el estado de su solicitud, teniendo en cuenta que la resolución de su convalidación / adaptación / reconocimiento de créditos se hará efectiva en el momento que aparezca en dicho Portal.

h) Una vez tramitada la solicitud por la Comisión y grabado el resultado de la misma en el expediente académico del alumno, se enviará por correo electrónico notificación de la resolución, que podrá consultar a través de su Portal de Servicios.

i) No se podrán solicitar reconocimiento de créditos de aquellas asignaturas que hayan sido superadas por el alumno en cursos anteriores del grado que está cursando.

Artículo 3. Resolución de las solicitudes.

3.1.- La resolución y aprobación de las solicitudes de reconocimientos de créditos o transferencias de créditos realizadas por los alumnos, serán competencia de la Comisión de Reconocimiento y Transferencias, creadas a tal efecto por el Vicerrector de Estudiantes.

3.2.- Esta Comisión estarán compuestas por los siguientes miembros:

Presidente: Vicerrector de Estudiantes

Secretario: Director Académico de alumnos

Vocales: Decanos de Facultad y Directores de Escuela de la URJC o persona en quien delegue.

3.3 La Comisión creará un Comité de Expertos, cuya función principal será la elaboración de las tablas de convalidaciones entre las diferentes titulaciones y el estudio y valoración de las solicitudes presentadas.

3.4.- Las solicitudes de reconocimiento o transferencia de créditos de asignaturas deberán ser resueltas por Comisión de Reconocimiento y Transferencias antes del 8 de noviembre de cada año.

3.5.-Los reconocimientos de créditos o transferencias de créditos de asignaturas cursadas en los planes de procedencia de los alumnos, comportará el abono del 25 % del precio de los créditos reconocidos, además de los precios a satisfacer por la prestación de servicios académicos que legalmente se establezcan, todo ello de conformidad con el Decreto de la Comunidad de Madrid que se aprueba cada año al respecto, o la normativa que lo sustituya. El recibo generado por la convalidación, reconocimiento de créditos o transferencia de créditos deberá imprimirse por parte del alumno desde el Portal de Servicios.

Quedan exentos del abono del 25% del precio de los créditos reconocidos los siguientes casos:

· Alumnos que trasladen su expediente de una Licenciatura o Diplomatura cursada en la URJC a la titulación de Grado que sea equivalente en la URJC.

· Alumnos que trasladen su expediente de un Grado cursado en la URJC al mismo Grado en otro campus.

· Alumnos que trasladen su expediente de un Grado de modalidad On line o en Inglés cursado en la URJC al mismo Grado en otra modalidad

· Alumnos que hayan cursado DEAT o TEAT y trasladen su expediente al Grado en Turismo de la URJC.

· Alumnos que hayan cursado un Doble Grado en la URJC y trasladen su expediente a una de las titulaciones que componen dicho Doble Grado.

· Alumnos que hayan cursado un Grado y trasladen su expediente a un Doble Grado compuesto en parte por el Grado cursado.

Artículo 4. Reclamaciones.

4.1.- Contra la resolución del reconocimiento o transferencia de la Comisión de convalidaciones, el alumno podrá interponer recurso de alzada ante el órgano superior jerárquico del que la dicta, en el plazo de un mes, a tenor de lo

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

establecido en los artículos 114 y 115 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

4.2.- Este recurso deberá ser presentado, con el modelo estipulado para ello, en el Registro de su Facultad o Escuela, en el Registro General de la Universidad, o **por cualquier otro de los procedimientos establecidos en el artículo 38 de la Ley de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común**.

4.3.- No se podrá reclamar el reconocimiento de créditos de aquellas asignaturas no solicitadas en primera instancia.

CAPÍTULO II

Artículo 5. Convalidaciones de Estudios Universitarios cursados en el extranjero.

5.1. Serán susceptibles de convalidación las asignaturas aprobadas en un plan de estudios conducente a la obtención de un Título extranjero de educación superior obtenido en una universidad oficial o reconocida, cuando el contenido y carga lectiva de las mismas sean equivalentes a los de las correspondientes asignaturas incluidas en un plan de estudios conducente a la obtención del Título Oficial que cursa el alumno en la Universidad Rey Juan Carlos.

5.2. La convalidación de estudios parciales a que se refiere el apartado anterior podrá solicitarse en los siguientes supuestos:

a) Cuando los estudios realizados con arreglo a un sistema extranjero no hayan concluido con la obtención del correspondiente Título.

b) Cuando los estudios hayan concluido con la obtención de un Título extranjero y el interesado no haya solicitado la homologación del mismo por un Título Universitario Oficial español.

c) Cuando habiéndose solicitado la homologación del Título extranjero, ésta haya sido denegada, siempre que la denegación no se haya fundado en alguna de las causas recogidas en el artículo por el que se regulan las condiciones de homologación y convalidación de títulos y estudios extranjeros de educación superior.

5.3. Para los estudiantes que no sean nacionales de Estados que tengan como lengua oficial el castellano, la Universidad Rey Juan Carlos podrá establecer las pruebas de idioma que consideren pertinentes.

CAPÍTULO IV

Del reconocimiento de créditos en Titulaciones de Grado reguladas por el Real Decreto 1393/2007

Artículo 6. Concepto de reconocimiento de créditos en Titulaciones de Grado.

Se entiende por reconocimiento de crédito en Titulaciones de Grado la aceptación de los créditos que, habiendo sido obtenidos en enseñanzas oficiales, en la Universidad Rey Juan Carlos o en otra Universidad (enseñanzas de origen), son computados en otra enseñanza (enseñanza de destino) a efectos de la obtención del correspondiente Título Oficial.

Artículo 7. Reconocimiento de créditos en Titulaciones de Grado de asignaturas cursadas en otras Titulaciones de Grado.

7.1. En el caso de que las Titulaciones de origen y de destino no pertenezcan a la misma rama de conocimiento, se reconocerán también los créditos obtenidos en las asignaturas de formación básica pertenecientes a la rama del Título de destino siempre y cuando exista coincidencia en el número de créditos y de contenido entre asignaturas.

7.2. Siempre que el alumno tenga superada la totalidad de las asignaturas que componen el módulo de formación básica de la rama de conocimiento, y las Titulaciones de origen y de destino pertenezcan a la misma rama de conocimiento, se reconocerá automáticamente el módulo de formación básica siempre y cuando exista coincidencia en el número de créditos y de contenido entre asignaturas.

7.3. Las asignaturas que no pertenezcan al módulo de formación básica de la rama de conocimiento, se podrán reconocer, asignatura por asignatura, siempre que el contenido y la carga lectiva sean equivalentes en las Titulaciones de origen y de destino.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

7.4. No será necesario matricular por parte del alumno las asignaturas para las que solicita reconocimiento de créditos

7.5. A efectos de permanencia en la URJC, serán computadas las matrículas agotadas por el alumno en las asignaturas no superadas en la titulación de procedencia, y serán tenidas en cuenta a la hora del pago de matrícula.

Artículo 8. Reconocimiento de créditos en Titulaciones de Grado de asignaturas cursadas en Titulaciones anteriores al R.D. 1393/2007.

8.1. Los alumnos que acceden a un Título de Grado, y que tienen estudios previos pertenecientes a Titulaciones anteriores al R. D. 1393/2007, podrán solicitar reconocimiento de asignaturas en virtud de las tablas de reconocimiento elaboradas a tal efecto y aprobadas por el Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.

8.2. Se podrán reconocer asignaturas, en el caso de que no estén incluidas en las tablas de reconocimiento citadas en el anterior apartado, siempre que exista una equivalencia, en cuanto a contenidos y carga lectiva, entre la asignatura en el plan de estudios de origen y perteneciente a sistemas anteriores a la entrada en vigor del Real Decreto 1393/2007 y el estudio de destino de Grado, y siempre que la Comisión de Reconocimiento y Transferencias así lo considere.

8.3. A efectos de permanencia en la URJC, serán computadas las matrículas agotadas por el alumno en las asignaturas no superadas en la titulación de procedencia, y serán tenidas en cuenta a la hora del pago de matrícula.

CAPÍTULO V

De la transferencia de créditos en Titulaciones de Grado reguladas por el Real Decreto 1393/2007

Artículo 9. Concepto de transferencia de créditos en Titulaciones de Grado.

Se entiende por transferencia de créditos la inclusión, en el expediente académico del alumno, de la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas anteriormente en una Universidad, y que no hayan conducido a la obtención de un Título Oficial.

CAPÍTULO VI

De la calificación e incorporación al expediente de las asignaturas convalidadas, adaptadas, reconocidas en Titulaciones anteriores al R. D. 1393/2007 y de las asignaturas y créditos reconocidos en Titulaciones de Grado.

Artículo 10. Calificación de asignaturas convalidadas en Titulaciones pertenecientes a sistemas anteriores al Real Decreto 1393/2007 por estudios extranjeros.

Las asignaturas convalidadas en Titulaciones pertenecientes a sistemas anteriores al

R. D. 1393/2007 por estudios extranjeros tendrán la equivalencia en puntos correspondiente a la calificación obtenida en el centro extranjero de procedencia, siguiendo el sistema de calificaciones establecido en el artículo 5.4 del R.D. 1125/2003. A estos efectos, la Universidad Rey Juan Carlos establecerá las correspondientes equivalencias entre las calificaciones numéricas o cualitativas obtenidas en el centro extranjero y las calificaciones previstas en el R.D. 1125/2003.

Artículo 11. Calificación de asignaturas y créditos reconocidos en Titulaciones de Grado.

Las asignaturas y los créditos reconocidos en Titulaciones de Grado figurarán en el expediente académico con la calificación correspondiente, siguiendo el sistema de calificaciones establecido en el artículo 5.4 del R.D. 1125/2003.

Artículo 12. Incorporación de la transferencia de créditos en Titulaciones de Grado.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Las transferencias de créditos en las Titulaciones de Grado no se computarán para la obtención del Título al que se incorporan, ni se tendrán en cuenta en el baremo de la nota media de la Titulación.

Artículo 13. Incorporación de créditos en el expediente académico.

13.1. Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursados en cualquier Universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente Título, serán incluidos en su expediente académico.

13.2. En la certificación académica de la Universidad Rey Juan Carlos, las asignaturas reconocidas y transferidas aparecerán en bloques diferenciados con su correspondiente calificación, a excepción de las asignaturas transferidas en las que no figurará calificación, debido a que no computan para la obtención del Título Oficial.

Disposición derogatoria única

Quedan derogadas las disposiciones de igual o inferior rango en cuanto se opongan o contradigan el presente Reglamento.

4.5 CURSO DE ADAPTACIÓN PARA TITULADOS

4.5 Curso de Adaptación para titulados (cursos puentes) pedir al vicerrectorado la información que hay que rellenar de este punto si existe dicho curso de adaptación

Curso de Adaptación para Titulados: SI/NO

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS
Ver Apartado 5: Anexo 1.
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.
AFE6-Seminarios
AFE7-Trabajo en una organización relacionado con las actividades de marketing.
AFES1 -Trabajo autónomo del estudiante. (Preparación de clases teóricas, preparación de clases prácticas/problemas/casos, preparación de pruebas)
AFES2 -Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)
AFES3 - Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)
AFES4 - Debate y crítica constructiva a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases. (Recursos online: Material audiovisual, multimedia o con soporte web y espacios para aprendizajes orientados a generar debate y crítica constructiva).
AFES5 - Tutorías académicas a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. Los alumnos participarán individualmente y/o en grupo en las tutorías académicas definidas con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y que el profesor les oriente y resuelva las dudas. (Recursos online: Correo y videoconferencia)
AFES6 - Seminarios de carácter virtual (Recursos online: material audiovisual, multimedia o con soporte web y/o videoconferencia).
AFES 7 Pruebas presenciales de evaluación de conocimiento teórico y/o práctico.
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES
MD1-Clases teóricas
MD2-Clases prácticas
MD3-Tutorías
Exposición de contenidos teóricos asincrónica (Recursos online: unidades didácticas en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Clase magistral por videoconferencia).

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Exposición de contenidos prácticos asincrónica (Recursos online: tutoriales didácticos registrados en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Recursos online: videoconferencia) para la generación de debates, crítica constructiva y trabajos en grupo.
Tutorías online individuales y/o grupales, sincrónicas y/o asincrónicas para seguimiento y supervisión académica (Recursos online: fotos, correo electrónico de aula virtual, videoconferencia).
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN
SEE1-Pruebas teóricas
SEE2-Pruebas prácticas
SEE3-Interacción: foros, debates, seminarios
SEE4-Valoración por el tutor académico
SEE5-Defensa pública
SEE6 - Valoración por el tutor profesional
SEES1- Prueba escrita presencial de desarrollo, preguntas cortas o tipo test.
SEES2 - Prueba práctica presencial que incluye actividades, problemas o casos a resolver.
SEES3 - Evaluación de trabajos individuales y/o grupales entregados a través del Aula Virtual.
5.5 NIVEL 1: COMUNICACION / Comunication
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1
NIVEL 2: Marketing y Técnicas de Comunicación interpersonal / Marketing and Interpersonal Communication Techniques
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	**RAMA**	**MATERIA**
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
6		
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Técnicas de Comunicación en marketing
- Técnicas de Comunicación interpersonal con los distintos Públicos Objetivos a los que se dirige: tanto a nivel interno como externo a la empresa.
- Técnicas de comunicación verbal y no verbal.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Marketing Communication techniques
- Interpersonal Communication techniques focused on different Target Audiences ¿ both internal and external to the company
- Verbal and non-verbal communication techniques

5.5.1.3 CONTENIDOS

El conocimiento y dominio de las técnicas de comunicación interpersonal será una competencia o indicador que marcará el éxito o el fracaso, en definitiva, el desarrollo profesional de toda persona que quiera dedicarse al mundo del marketing. Esta asignatura se pretende dotar al alumno de los conocimientos y técnicas precisas, para que pueda gestionar esta importante área de forma adecuada, tanto a lo largo de sus estudios, como en su vida profesional.

Brief description of contents:

Knowledge and proficiency in interpersonal communication techniques will define the success or failure and, in general, the professional development of anyone willing to practice marketing. The course¿s main aim is to provide students with the necessary knowledge and techniques for them to adequately manage this relevant area of knowledge in both their academic and professional lives.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE14 - CE14-Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada

CE20 - CE20-Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de marketing o Plan de Marketing.

CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	40	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la	20	50

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	50	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	20	100
AFE6-Seminarios	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	70.0	70.0
SEE2-Pruebas prácticas	30.0	30.0
5.5 NIVEL 1: EMPRESA / Business		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Introducción a la empresa / Introduction to Corporations		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	**RAMA**	**MATERIA**
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
6		

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Realidad de las empresas
- Administración de empresas
- Funciones principales de los directivos
- Entorno de las empresas
- Dirección estratégica

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- The reality of companies
- Business administration
- Main duties of managers
- Companies¿ environment
- Strategic management

5.5.1.3 CONTENIDOS

La asignatura pretende dar una visión de la realidad en la que se desenvuelven las empresas, lugar donde los alumnos van a prestar sus servicios profesionales, fundamentalmente

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with a view on the reality of companies ¿ essentially, their future professional environment.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE1 - CE1-Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.
CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada
CE6 - CE6-Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	50	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	10	50
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	50	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	20	100
AFE6-Seminarios	10	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES
MD1-Clases teóricas

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	80.0	80.0
SEE2-Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Dirección de Producción / Production Management (P)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos en:

- Decisiones estratégicas y tácticas en el Área de Producción
- Elementos fundamentales del Área de Producción

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Strategic decisions and tactics in the Production Area
- Fundamental elements of the Production Area

5.5.1.3 CONTENIDOS

Conocimiento de modelos y técnicas cuantitativas que permitan la toma de decisiones eficiente en el área funcional de producción, considerando las decisiones estratégicas y las tácticas u operativas: productos, servicios, procesos, capacidad, localización, distribución en planta, calidad, planificación y control de la producción.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with knowledge of models and quantitative techniques enabling them to make efficient decisions within the functional production area, taking into account the strategic decisions and tactics or operating methods: products, services, processes, capacity, location, plant layout, quality, planning and production control.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.4 OBSERVACIONES
CG4 en la modalidad de inglés
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.
CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.
CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada
CE5 - CE5-Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse	12.5	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.		
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	80.0	80.0
SEE2-Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Dirección de Recursos Humanos / Human Resources Management (P)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:

- Funciones del Área de Recursos Humanos
- Gestión de Recursos Humanos

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Functions of the Human Resources Area
- Human Resources Management

5.5.1.3 CONTENIDOS

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

El objetivo general de la asignatura es conocer la razón de ser, objetivos y funciones del área de Recursos Humanos en las organizaciones. Se pretende con ello que el alumno adquiera unos conocimientos básicos sobre esta función directiva de la empresa, y un vocabulario y conceptos fundamentales sobre la Organización y Gestión de los Recursos Humanos.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to acquire knowledge of the *raison d¿etre*, objectives and functions of the corporate Human Resources Area. Students will be provided with the basics on this matter and the vocabulary and fundamental concepts of Human Resources Management and Organization.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - CE1-Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada

CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

CE5 - CE5-Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el	10	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	80.0	80.0
SEE2-Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Dirección de Recursos Humanos / Human Resources Management (S)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
Resultados de aprendizajes:		

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:

- Funciones del Área de Recursos Humanos
- Gestión de Recursos Humanos

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Functions of the Human Resources Area
- Human Resources Management

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

El objetivo general de la asignatura es conocer la razón de ser, objetivos y funciones del área de Recursos Humanos en las organizaciones. Se pretende con ello que el alumno adquiera unos conocimientos básicos sobre esta función directiva de la empresa, y un vocabulario y conceptos fundamentales sobre la Organización y Gestión de los Recursos Humanos.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to acquire knowledge of the *raison d¿etre*, objectives and functions of the corporate Human Resources Area. Students will be provided with the basics on this matter and the vocabulary and fundamental concepts of Human Resources Management and Organization.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - CE1-Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada

CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

CE5 - CE5-Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFES1 -Trabajo autónomo del estudiante. (Preparación de clases teóricas, preparación de clases prácticas/problemas/ casos, preparación de pruebas)	56	0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

AFES2 -Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	20	0
AFES3 - Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	10	0
AFES4 - Debate y crítica constructiva a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases. (Recursos online: Material audiovisual, multimedia o con soporte web y espacios para aprendizajes orientados a generar debate y crítica constructiva).	10	0
AFES5 - Tutorías académicas a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. Los alumnos participarán individualmente y/o en grupo en las tutorías académicas definidas con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y que el profesor les oriente y resuelva las dudas. (Recursos online: Correo y videoconferencia)	8	0
AFES6 - Seminarios de carácter virtual (Recursos online: material audiovisual, multimedia o con soporte web y/o videoconferencia).	4.5	0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

AFES 7 Pruebas presenciales de evaluación de conocimiento teórico y/o práctico.	4	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES
Exposición de contenidos teóricos asincrónica (Recursos online: unidades didácticas en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Clase magistral por videoconferencia).
Exposición de contenidos prácticos asincrónica (Recursos online: tutoriales didácticos registrados en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Recursos online: videoconferencia) para la generación de debates, crítica constructiva y trabajos en grupo.
Tutorías online individuales y/o grupales, sincrónicas y/o asincrónicas para seguimiento y supervisión académica (Recursos online: fotos, correo electrónico de aula virtual, videoconferencia).

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEES1- Prueba escrita presencial de desarrollo, preguntas cortas o tipo test.	30.0	60.0
SEES2 - Prueba práctica presencial que incluye actividades, problemas o casos a resolver.	30.0	60.0
SEES3 - Evaluación de trabajos individuales y/o grupales entregados a través del Aula Virtual.	10.0	40.0

NIVEL 2: Dirección de Producción / Production Management (S)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

Resultados de aprendizajes:

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos en:

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

- Decisiones estratégicas y tácticas en el Área de Producción
- Elementos fundamentales del Área de Producción

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Strategic decisions and tactics in the Production Areaç
- Fundamental elements of the Production Area

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

Conocimiento de modelos y técnicas cuantitativas que permitan la toma de decisiones eficiente en el área funcional de producción, considerando las decisiones estratégicas y las tácticas u operativas: productos, servicios, procesos, capacidad, localización, distribución en planta, calidad, planificación y control de la producción.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with knowledge of models and quantitative techniques enabling them to make efficient decisions within the functional production area, taking into account the strategic decisions and tactics or operating methods: products, services, processes, capacity, location, plant layout, quality, planning and production control.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada

CE5 - CE5-Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFES1 -Trabajo autónomo del estudiante. (Preparación de clases teóricas, preparación de clases prácticas/problemas/ casos, preparación de pruebas)	56	0
AFES2 -Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos	20	0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)		
AFES3 - Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	10	0
AFES4 - Debate y crítica constructiva a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases. (Recursos online: Material audiovisual, multimedia o con soporte web y espacios para aprendizajes orientados a generar debate y crítica constructiva).	10	0
AFES5 - Tutorías académicas a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. Los alumnos participarán individualmente y/o en grupo en las tutorías académicas definidas con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y que el profesor les oriente y resuelva las dudas. (Recursos online: Correo y videoconferencia)	8	0
AFES6 - Seminarios de carácter virtual (Recursos online: material audiovisual, multimedia o con soporte web y/o videoconferencia).	4.5	0
AFES 7 Pruebas presenciales de evaluación de conocimiento teórico y/o práctico.	4	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES
Exposición de contenidos teóricos asincrónica (Recursos online: unidades didácticas en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Clase magistral por videoconferencia).
Exposición de contenidos prácticos asincrónica (Recursos online: tutoriales didácticos registrados en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Recursos online: videoconferencia) para la generación de debates, crítica constructiva y trabajos en grupo.
Tutorías online individuales y/o grupales, sincrónicas y/o asincrónicas para seguimiento y supervisión académica (Recursos online: fotos, correo electrónico de aula virtual, videoconferencia).

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEES1- Prueba escrita presencial de desarrollo, preguntas cortas o tipo test.	30.0	60.0
SEES2 - Prueba práctica presencial que incluye actividades, problemas o casos a resolver.	30.0	60.0
SEES3 - Evaluación de trabajos individuales y/o grupales entregados a través del Aula Virtual.	10.0	40.0

5.5 NIVEL 1: ESTADISTICA Y MATEMATICAS / Statistics and Mathematics		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Matemáticas aplicadas al Marketing / Mathematics applied to Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
6		
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Algebra elemental y cálculo matricial básico,
- Cálculo de funciones de una variable,
- Matemáticas financieras,
- Teoría de grafos

Learning outcomes:

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

-
- Elementary algebra and basic matrix calculus
- Calculation of functions of a variable
- Financial Mathematics
- Graph theory

5.5.1.3 CONTENIDOS

La asignatura pretende introducir al alumno en el razonamiento matemático aplicado a los análisis económicos

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with an introduction to mathematical reasoning applied to economic analysis.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	70	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las	20	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	30	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	50.0	50.0
SEE2-Pruebas prácticas	50.0	50.0
NIVEL 2: Estadística aplicada al Marketing / Applied Statistics to Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
	6	
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Principios y métodos del conocimiento estadístico
- Procesos descriptivos e inferenciales.
- Métodos estadísticos

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Statistical principles and methods
- Descriptive and inferential processes

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

- Statistical methods

5.5.1.3 CONTENIDOS

El objetivo general de la asignatura es enseñar al alumno los métodos y técnicas más adecuadas tanto para la captación como para el tratamiento de la información estadística, de manera que tras su interpretación sea posible adoptar decisiones en base a razones objetivas.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with knowledge of the most appropriate methods and techniques both for the gathering and treatment of statistical information, enabling them to interpret this information and make decisions based on objective reasons.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE12 - CE12-Conocer y ser capaz de desarrollar el proceso de Investigación Comercial.

CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.

CE8 - CE8-Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial, así como para su aplicación en la gestión de marketing en la empresa.

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	70	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los	20	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	30	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	50.0	50.0
SEE2-Pruebas prácticas	50.0	50.0
NIVEL 2: Métodos de Decisión aplicados al Marketing / Decission Making Methods Applied to Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
4,5		
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- La toma de decisiones constituye la esencia de los problemas de gestión en una organización
- Métodos de decisión en entornos de incertidumbre

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Decision-making as the essence of corporate management problems
- Decision-making patterns in uncertainty environments

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.3 CONTENIDOS

La toma de decisiones constituye la esencia de los problemas de gestión en cualquier organización comercial. La aplicabilidad de este tema alcanza además muchos aspectos de la vida cotidiana. Es frecuente la situación en la que un individuo, un grupo o una compañía pueden tomar diferentes vías de acción alternativas.

Brief description of contents:

Decision-making is the essence of management problems in any commercial organisation. This matter also applies to multiple aspects of day-to-day life. Individuals, groups or companies often choose different alternative courses of action.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

Conocimientos previos: Estadística

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG4 - CG4-Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera: comprender y ser capaz de comunicarse en contextos económicos-empresariales en inglés.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los	10	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	20.0	20.0
SEE2-Pruebas prácticas	80.0	80.0
5.5 NIVEL 1: HISTORIA / History		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Historia Económica y del Marketing / History of the Commercial Culture and Society		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	**RAMA**	**MATERIA**
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Historia
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
6		
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Historia Económica preindustrial
- Crecimiento económico mundial y español
- Evolución de las ideas económicas

Learning outcomes:

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Preindustrial Economic History
- Global and Spanish economic growth
- Economic ideas evolution

5.5.1.3 CONTENIDOS

La asignatura se inicia con una introducción general a la historia económica preindustrial para posteriormente centrarse en el análisis del crecimiento económico mundial y de España durante los siglos XIX y XX. En este contexto se analizará la evolución de las ideas económicas y su influencia en cada período histórico concreto.

Brief description of contents:

The course starts with a general introduction to Preindustrial Economic History and is subsequently focused on the analysis of global and Spanish economic growth during the 19th and 20th centuries. In this context, the evolution of economic ideas and their influence on each specific historical period will be analysed.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE5 - CE5-Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados

CE6 - CE6-Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	40	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se	50	50

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	10	100
AFE6-Seminarios	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	80.0	80.0
SEE2-Pruebas prácticas	20.0	20.0
5.5 NIVEL 1: SOCIOLOGIA / Sociology		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Sociologia de la Empresa / Corporate Sociology		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	**RAMA**	**MATERIA**
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Sociología
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
6		
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Relaciones humanas
- Cultura
- Comunicación en la empresa
- Comportamiento colectivo

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Human relations
- Culture
- Corporate communication
- Collective behaviour

5.5.1.3 CONTENIDOS

El objetivo general de la asignatura es familiarizar al alumno con la disciplina, con sus principales corrientes teóricas y con sus resultados de investigación. Pretende, asimismo, presentarle las escuelas más relevantes dentro de la disciplina y conseguir que el alumno sea capaz de seguir profundizando en su complejidad de forma autónoma.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to acquaint students with the discipline, its main theoretical trends and research findings. It also aims to introduce students to the most relevant schools of thought so that they can autonomously delve into their complexity.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE6 - CE6-Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	40	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	50	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	10	100
AFE6-Seminarios	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	60.0	60.0
SEE2-Pruebas prácticas	40.0	40.0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5 NIVEL 1: DERECHO / Law		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Derecho Civil / Civil Law		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	**RAMA**	**MATERIA**
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Derecho
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
	6	
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Derecho
- Fuentes del Derecho y Normativa Jurídica
- Persona física y jurídica
- Derecho de familias
- Derecho de sucesiones
- Negocio jurídico
- Derechos reales

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Law
- Sources of Law and Legal Regulations
- Natural and legal persons
- Family Law
- Inheritance Law
- Legal transactions
- Rights *in rem*

5.5.1.3 CONTENIDOS

Dentro del contenido de esta asignatura, se empezará analizando el concepto de Derecho, las fuentes del Derecho y la norma jurídica; posteriormente se hará un estudio de la persona física y jurídica, así como de sus relaciones familiares -Derecho de familia- y de la situación que se genera con su fallecimiento -Derecho de sucesiones-. A continuación se hará un análisis del negocio jurídico y del contrato. Para finalizar se hará un breve estudio de los Derechos reales.

Brief description of contents:

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

The course starts with the analysis of the concepts of Law, Sources of Law and legal rule; subsequently it is focused on the study of natural and legal persons, as well as their familiar relations ¿ Family Law ¿ and the consequences of their death ¿ Inheritance Law. Thereupon, legal transactions and agreements will be analysed. Finally, rights *in rem* will be briefly studied.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE6 - CE6-Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.

CE7 - CE7-Conocer y aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	40	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	20	50
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	50	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos	10	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	20	100
AFE6-Seminarios	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	80.0	80.0
SEE2-Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Derecho del trabajo y de la Seguridad Social / Labour and Social Security Law		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
4,5		
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Normativa de trabajo
- El estudiante entrará en contacto con la jurisprudencia sobre la materia y conocerá los órganos de aplicación más destacados de las normas laborales.
- Características del Derecho del Trabajo Español
- Regulación del Contrato de Trabajo y relaciones laborales colectivas
- Aproximación al Sistema de la Seguridad Social

Learning outcomes:

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Labour regulations
- Case law and main Labour Law enforcement bodies
- Main characteristics of Spanish Labour Law
- Regulations on employment contracts and collective labour relations
- Social Security System

5.5.1.3 CONTENIDOS

El objetivo principal es que el alumno sea capaz de asesorar en los problemas que puedan surgir en el ámbito de las relaciones laborales, dada su importante incidencia en la gestión de una empresa.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to enable students to advise on the problems that may arise within the scope of labour relations, given the latter¿s importance on corporate management.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE6 - CE6-Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.

CE7 - CE7-Conocer y aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del	10	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	80.0	80.0
SEE2-Pruebas prácticas	20.0	20.0
5.5 NIVEL 1: HUMANIDADES / Humanities		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Historia de la Cultura Comercial y Sociedad / History of the Commercial Culture and Society		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	**RAMA**	**MATERIA**
Básica	Otras Ramas	Otra Materia...
NUEVA MATERIA		
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
	6	
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Cultura comercial
- Desarrollo del comercio
- Cambios sociales y culturales

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Commercial culture
- Trade development
- Social and cultural changes

5.5.1.3 CONTENIDOS

La asignatura Historia de la cultura comercial y sociedad, pretende acercar al alumno a la realidad histórica del comercio desde sus primeras manifestaciones hasta la actualidad. A través de la misma, el alumno conocerá las implicaciones que los cambios sociales y culturales han tenido en el desarrollo del comercio.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to acquaint students with the historical reality of trade since its first outbreaks up to now. Through this course, students will learn the implications of social and cultural changes on the development of trade.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG4 - CG4-Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera: comprender y ser capaz de comunicarse en contextos económicos-empresariales en inglés.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE6 - CE6-Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	80	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	40	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad	20	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	80.0	80.0
SEE2-Pruebas prácticas	20.0	20.0
5.5 NIVEL 1: INFORMATICA / Computing		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Informática aplicada al marketing / Computer Science Applied to Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	**RAMA**	**MATERIA**
Básica	Otras Ramas	Otra Materia...
NUEVA MATERIA		
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
	6	
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los estudiantes aprenderán a usar el software profesional necesario y esencial para organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz.

Learning outcomes:

Students will learn to use the necessary and essential professional software to organize, analyze and present business information of different formats, in the field of Marketing, in an effective way.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Aproximación práctica al trabajo con información de distintas tipologías en el ámbito del Marketing
- Comprensión y manejo de herramientas informáticas para la gestión de información del ámbito Marketing
- Comprensión y manejo de herramientas informáticas para el análisis de datos en el ámbito del Marketing

Contents:

- Practical approach to work with information of different formats in the Marketing field
- Understanding and working with computer tools for managing information in the Marketing field
- Understanding and working with computer tools for data analysis in the Marketing field

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG5 - CG5-Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE16 - CE16-Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial.

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

CE8 - CE8-Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial, así como para su aplicación en la gestión de marketing en la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	102	50
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	60	50
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	18	50

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE2-Pruebas prácticas	100.0	100.0
5.5 NIVEL 1: MARKETING / Marketing		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Introducción al Marketing / Introduction to Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
	6	
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Conceptos básicos, decisiones e instrumentos de Marketing
- Marketing estratégico
- Marketing operativo

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Basic Marketing concepts, decisions and tools
- Strategic Marketing
- Operational Marketing

5.5.1.3 CONTENIDOS

Tiene como principal objetivo iniciar a los alumnos del Grado en Marketing en los conceptos básicos, instrumentos y decisiones de Marketing. Al mismo tiempo que se introducen las primeras nociones de Marketing, se pretende preparar a los estudiantes para adquirir conocimientos más profundos sobre esta disciplina en los siguientes cursos de la carrera.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with an introduction to basic Marketing concepts, decisions and tools, while preparing them to delve into this matter during the following academic years.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE11 - CE11-Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	50	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	40	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del	10	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	10	100
AFE6-Seminarios	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	70.0	70.0
SEE2-Pruebas prácticas	30.0	30.0
NIVEL 2: Marketing Estratégico / Strategic Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
4,5		
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Toma de decisiones estratégicas en Marketing
- Conocimiento más amplio y profundo en los elementos básicos del marketing

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Strategic Marketing decision-making
- Wider and deeper knowledge of the basic concepts of Marketing

5.5.1.3 CONTENIDOS

El principal objetivo de esta asignatura es profundizar y favorecer un conocimiento más amplio y especializado de los conceptos fundamentales, elementos, instrumentos y acciones básicas de Marketing, así como las decisiones comerciales que las empresas pueden adoptar en función de los conocimientos adquiridos con el análisis estratégico realizado. De esta forma se intenta conseguir tanto el fomento de la formación académica de los alumnos como la vinculación con el mundo empresarial real.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with a wider and deeper knowledge of fundamental Marketing concepts, elements, tools and basic actions, as well as the commercial decisions that companies may take pursuant to the knowledge acquired and the strategic analysis performed. Thus, both the enhancement of academic background and the link with the real business world are pursued.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - CE1-Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.

CE10 - CE10-Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la	30	50

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	50.0	50.0
SEE2-Pruebas prácticas	50.0	50.0
NIVEL 2: Política de Comunicación y publicidad digital / Communication Policy and Digital Advertising		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	6	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Conceptos fundamentales de la Comunicación Comercial
- Instrumentos principales de la Comunicación Comercial
- Canales de comunicación (offline y online).

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Commercial Communication fundamental concepts
- Main tools of Commercial Communication
- Communication channels (offline y online).

5.5.1.3 CONTENIDOS

El objetivo general de la asignatura es capacitar al alumno en los conceptos fundamentales de la Comunicación Comercial, los diferentes instrumentos, canales de comunicación (convencionales y digitales) y aplicaciones para contactar con los públicos internos y externos de la organización, así como las decisiones que pueden adoptar para optimizar esta variable.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with the fundamental concepts of Commercial Communication, the different tools, communication channels (traditionals and digitals) and applications to contact the internal and external audiences, as well as to make decisions so as to optimize this variable.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE14 - CE14-Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.

CE15 - CE15-Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing.

CE16 - CE16-Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial.

CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	40	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de	20	50

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	50	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	20	100
AFE6-Seminarios	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	50.0	50.0
SEE2-Pruebas prácticas	50.0	50.0
NIVEL 2: Política de Producto / Product Policy		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos en:

- Gestión de productos
- Marcas
- Envase y embalajes
- Estrategias de marketing aplicadas a la variable producto

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Product management
- Brands
- Product containers and packaging
- Marketing strategies applied to the product variable

5.5.1.3 CONTENIDOS

El objetivo de la asignatura de Política de producto es dar a conocer al alumno todo lo relacionado con el concepto de producto, así como, la creación, diseño y modificación de un producto.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with knowledge of all the issues related to the concept of product, as well as its creation, design and modification

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.		
CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.		
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	40	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	20	50
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	50	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	20	100
AFE6-Seminarios	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
SEE1-Pruebas teóricas	50.0	50.0
SEE2-Pruebas prácticas	50.0	50.0

NIVEL 2: Investigación de Mercados I / Market Research I		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	4,5	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:

- Sobre la utilización de unos de los instrumentos del Marketing para la toma de decisiones como es la Investigación de Mercados.
- Diferentes técnicas de Investigación de Mercados

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Use of Marketing tools for decision-making issues such as Market Research
- Different Market Research techniques

5.5.1.3 CONTENIDOS

La asignatura va a dotar al alumnado de los conocimientos introductorios de una herramienta básica para la toma de decisiones en marketing. Partiendo de unas nociones básicas de marketing el alumno tomará contacto con las diferentes técnicas de investigación, algo que le capacitará profesionalmente para trabajar en un sector en alza, ya que cada vez son más las empresas que subcontratan las funciones de institutos de investigación.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with elementary knowledge of basic Marketing tools for decision-making issues. Starting from these basic Marketing concepts, students will become familiar with different research techniques, professionally qualifying them to work in a growing sector, as companies increasingly externalise the research institutes functions.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.
CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE12 - CE12-Conocer y ser capaz de desarrollar el proceso de Investigación Comercial.
CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.
CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados
CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
CE5 - CE5-Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	60.0	60.0
SEE2-Pruebas prácticas	40.0	40.0
NIVEL 2: Dirección de Ventas / Sales Management		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	4,5	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:

- Conceptos y herramientas básicas de la Dirección de ventas
- Técnicas de negociación
- Estrategias de negociación comercial
- Organizar, gestionar y evaluar la función de ventas

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Sales Management basic concepts and tools
- Negotiation techniques
- Commercial negotiation techniques
- Sales organisation, management and assessment

5.5.1.3 CONTENIDOS

La asignatura realiza un recorrido teórico y práctico por los principales conceptos y herramientas de ventas, aplicados en todo momento a la realidad del mercado (productos de gran consumo).Todo ello con referencias constantes a hechos y experiencias reales que hayan ocurrido o estén ocurriendo en nuestro mercado a la luz de la ¿visión ventas¿ de la realidad.

Brief description of contents:

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

The course goes through the main sales concepts and tools, applied to market reality (major consumer goods), both from a theoretical and practical approach, always referring to facts and real experiences that have occurred or are occurring in our market through a ¿sales view¿ of reality.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - CE1-Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE18 - CE18-Ser capaz de gestionar la función de ventas en las organizaciones.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar	12.5	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.		
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	60.0	60.0
SEE2-Pruebas prácticas	40.0	40.0
NIVEL 2: Comportamiento del consumidor / Consumer Behaviour		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	4,5	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:

- Variables internas y externas en el proceso de decisión de compra
- Fases en el proceso de decisión de compra

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Internal and external variables in the buying decision process
- Different stages of the purchase decision process

5.5.1.3 CONTENIDOS

El objetivo de la asignatura es estudiar el comportamiento del consumidor desde el punto de vista del marketing. Para ello se analizarán las influencias internas y externas en el proceso de decisión de compra del consumidor, así como las fases de dicho proceso.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to analyse the consumer¿s behaviour from a marketing point of view. To this end, both the internal and external influences on the purchase decision process and its different stages will be analysed.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.4 OBSERVACIONES
CG4 en la modalidad de inglés
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.
CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE11 - CE11-Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.
CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	70.0	70.0
SEE2-Pruebas prácticas	30.0	30.0
NIVEL 2: Marketing Industrial y de Servicios / Industrial and Services Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	4,5	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos en:

- Conceptos fundamentales dentro del Marketing Industrial y de Servicios
- Características principales de estos mercados

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Industrial Marketing fundamental concepts
- Main characteristics of these markets

5.5.1.3 CONTENIDOS

Elementos específicos del Marketing de productos industriales, relaciones fabricante distribuidor, el proceso de compra industrial, el proceso comercial de productos industriales. Elementos diferenciadores del servicio. Estrategias de marketing específicas. El proceso de compra del servicio. Análisis del proceso comercial del servicio.

Brief description of contents:

Specific elements of Industrial Marketing, manufacturer-distributor relationships, industrial purchase process and commercial process of industrial products. Differentiating elements of services. Specific marketing strategies. Purchase process of services. Analysis of the commercial process of services.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.4 OBSERVACIONES
CG4 en la modalidad de inglés
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.
CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada
CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	80.0	80.0
SEE2-Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Política de Distribución y comercio electrónico / Distribution Policy and eCommerce		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
		6
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Conceptos, funciones, implicaciones, herramientas fundamentales de la Distribución Comercial.
- Estrategias de distribución omnicanal (canales offline y online)

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Concepts, functions, implications and fundamental tools of Commercial Distribution
- Omnichannel distribution strategies (offline and online channels)

5.5.1.3 CONTENIDOS

Tiene como principal objetivo adiestrar a los alumnos en los conceptos, funciones, implicaciones, herramientas y estrategias más relevantes y actuales de la Distribución Comercial, la Logística y el Comercio Electrónico, con una clara orientación al objetivo de optimización que tienen todos los integrantes del canal de distribución físico y digital.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with concepts, functions, implications, tools and current and relevant strategies of Commercial Distribution, Logistics and Ecommerce, clearly focused on optimizing the components of the physical and digital distribution channel..

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CG4 en la modalidad de inglés
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.
CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE11 - CE11-Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.
CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.
CE17 - CE17-Ser capaz de identificar los problemas relacionados con la gestión de los canales de distribución y de las organizaciones que conforman el sistema comercial.
CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	40	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	20	50
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	50	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad	10	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	20	100
AFE6-Seminarios	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	50.0	50.0
SEE2-Pruebas prácticas	50.0	50.0
NIVEL 2: Política de Precios y Costes / Price and Cost Policy		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
		6
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Conceptos, funciones, implicaciones, herramientas fundamentales de la Políticas Comerciales de Precios y Estructuras de Costes.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Concepts, functions, implications and fundamental tools of Commercial Pricing and Cost Structure Policies.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Tiene como principal objetivo adiestrar a los alumnos en los conceptos, funciones, implicaciones, herramientas y estrategias más relevantes y actuales de las Políticas Comerciales de Precios y Estructuras de Costes, con una clara orientación al objetivo de maximización de los ingresos y beneficios derivados de las ventas de la cartera de productos o servicios que comercializa la empresa.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with concepts, functions, implications, tools and current and relevant strategies in terms of Commercial Pricing and Cost Structure Policies, clearly focused on maximizing revenues and profits arising from the sales of the products or services portfolio marketed by the company.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE11 - CE11-Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	40	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados	20	50

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	50	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	20	100
AFE6-Seminarios	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	50.0	50.0
SEE2-Pruebas prácticas	50.0	50.0
NIVEL 2: Investigación de Mercados II / Market Research II		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
		4,5
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 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	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:

- Sobre la utilización de unos de los instrumentos del Marketing para la toma de decisiones como es la Investigación de Mercados.
- Diferentes técnicas de Investigación de Mercados.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Use of certain decision-making Marketing tools such as Market Research
- Different Market Research techniques

5.5.1.3 CONTENIDOS

La asignatura, continuación de investigación I, pretende dotar a los alumnos de los conocimientos necesarios para ejecutar una investigación cuantitativa y analizar los datos resultantes, elaborando con los mismos un informe final. Los requisitos previos para cursar la asignatura son unos conocimientos básicos de marketing. Las recomendaciones sería mantenerse al día y establecer relaciones con el resto de las asignaturas específicas de marketing que se dan en este tercer curso y acostumbrarse a manejar los diferentes libros recomendados.

Brief description of contents:

The course¿s main aim, as a continuation of Market Research I, is to provide students with the necessary knowledge to develop a quantitative research and analyse the resulting data in order to write a final report. Acquaintance with the basics of marketing is essential for enrolment in this course. We recommend to stay updated, establish connections with the other marketing specific courses taught in this academic year and to get used to handling the recommended handbooks.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE12 - CE12-Conocer y ser capaz de desarrollar el proceso de Investigación Comercial.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.		
CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados		
CE5 - CE5-Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados		
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	60.0	60.0
SEE2-Pruebas prácticas	40.0	40.0
NIVEL 2: Técnicas de Negociación Comercial / Commercial Negotiation Techniques		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
		4,5
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:

- Técnicas de negociación
- Modelos de negociación

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Negotiation techniques
- Models of negotiation

5.5.1.3 CONTENIDOS

Se pretende, con esta asignatura, que el alumno sea capaz de realizar, en la vida real, negociaciones de una forma profesional y eficaz, para así aumentar de forma relevante las probabilidades de éxito, y de conseguir los objetivos previstos.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to enable students to conduct real-life negotiations in a professional and efficient way in order to significantly increase the chances of success and to achieve the established goals.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - CE1-Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.		
CE17 - CE17-Ser capaz de identificar los problemas relacionados con la gestión de los canales de distribución y de las organizaciones que conforman el sistema comercial.		
CE18 - CE18-Ser capaz de gestionar la función de ventas en las organizaciones.		
CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
No existen datos		
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	70.0	70.0
SEE2-Pruebas prácticas	30.0	30.0
NIVEL 2: Marketing Político / Political marketing (P)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos en:

- Las técnicas que serían aplicables desde la óptica del marketing político y social (análisis del mercado político y social)
- Búsqueda de información concreta sobre los múltiples agentes que intervienen en el ámbito de la actividad político y social.

Learning outcomes:

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Techniques to be applied pursuant to political and social marketing (political and social market analysis)
- Specific information research about the multiple agents intervening in the field of political and social activities

5.5.1.3 CONTENIDOS

El objetivo de la asignatura es conseguir un conocimiento más profundo de los aspectos que se ha de considerar cuando se hace uso de las distintas técnicas de Marketing aplicado a conceptos políticos y sociales, tratando de transmitir al alumno de forma clara la utilidad y las posibilidades que se plantean a la hora de elaborar un plan de marketing político y social.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with a wide knowledge of the main aspects to be considered when applying the different techniques related to the marketing applied to political and social concepts, enabling students to clearly perceive the usefulness and the possibilities raised when preparing a political and social marketing plan.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - CE1-Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.

CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la	30	50

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	80.0	80.0
SEE2-Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Marketing Sectorial / Sector marketing (P)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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	

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

LISTADO DE MENCIONES
No existen datos
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Las distintas interrelaciones con otras disciplinas afines y actividades socio económicas susceptibles de ser abordadas desde la óptica del Marketing.
- Los mecanismos que mueven al individuo en su papel de consumidor para poder aplicarlos en las decisiones de marketing estratégico de la empresa, en los distintos casos o tipos de mercado según la actividad o sector económico de que se trate.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- The different interrelations with other disciplines and socio-economic activities susceptible to be approached from a Marketing approach
- Consumer-driving mechanisms, in order to be applied to the corporate strategic marketing decisions in the different scenarios or market types according to the activity or economic sector

5.5.1.3 CONTENIDOS

Capacitar al alumno para lograr el conocimiento básico de esta disciplina, incluyendo nuevas tecnologías de la información y las últimas tendencias de Marketing, ofreciendo al alumno el conocimiento de las fuentes bibliográficas más adecuadas para el análisis de esta disciplina.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with the basics of this discipline, including ICTs and the latest Marketing trends, offering students the most appropriate bibliographic references for the analysis of this subject.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.
CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.
CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.
CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	80.0	80.0
SEE2-Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Marketing Relacional, Directo e Interactivo / Relational, Direct and Interactive Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
		4,5
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:

- Conceptos y procesos relacionados con la gestión de clientes en empresas
- Técnicas y procesos que permiten gestionar la cartera de clientes.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Concepts and processes related to corporate customer management
- Management techniques and processes to manage the clients portfolio

5.5.1.3 CONTENIDOS

Abordar el concepto de marketing relacional exige criterios rigurosos que establezcan sus verdaderas aportaciones con respecto a la doctrina general del marketing. El mundo empresarial ha adoptado de forma generalizada las aplicaciones que se derivan de estas teorías, basándose en sus espectaculares resultados, sin demasiada reflexión previa. Promover la aplicación del llamado marketing de relaciones, exige previamente una adecuada base teórica que permita la correcta interpretación del elevado volumen de información procedente de las aplicaciones de CRM.

Brief description of contents:

Understanding Relational Marketing requires strict criteria establishing their true contributions with respect to general Marketing theories. The business environment has generally adopted the applications that derive from these theories, based on their spectacular results with little previous consideration. Promoting the application of the so-called Relational Marketing requires a previous theoretical basis which allows the correct interpretation of the high volume of information arising from CRM applications.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE14 - CE14-Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada		
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	80.0	80.0
SEE2-Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Marketing, sistemas de información y automatización basada en datos / Applied Information Systems and Data Driven Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

		4,5
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Resultados de aprendizajes:

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos en:

- Análisis de rentabilidad de la aplicación de TIC¿s en un proceso de marketing.
- Desarrollo de proyectos de marketing basados o con un alto componente de utilización de TIC¿s para la automatización de toma de decisiones basadas en datos.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Profitability analysis of the ICT application in a marketing process
- Development of marketing projects based on ICT or with a high component of ICT use for the automation of decision making based on data.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

El objetivo de la asignatura es el análisis de las tecnologías de la información y comunicación (TIC¿s) y su aplicación en las estrategias y actividades propias de Marketing, orientadas tanto a la gestión como a la automatización de decisiones de marketing.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to analyse information and communication technologies (ICTs) and their application to Marketing strategies and activities, focused on management and automation of marketing decisions.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.
CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.
CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados
CE5 - CE5-Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados
CE8 - CE8-Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial, así como para su aplicación en la gestión de marketing en la empresa.
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES
MD1-Clases teóricas
MD2-Clases prácticas
MD3-Tutorías
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
SEE1-Pruebas teóricas	40.0	40.0
SEE2-Pruebas prácticas	60.0	60.0

NIVEL 2: Plan de Marketing / Marketing Plan		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
6		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Todos los elementos necesarios para la realización de un Plan de Marketing

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Essential elements for the elaboration of a Marketing Plan

5.5.1.3 CONTENIDOS

El objetivo general de esta asignatura es el de formar profesionales altamente cualificados en Marketing, que sean capaces de entender la importancia que tiene para la empresa la elaboración de un Plan de Marketing para garantizar su eficacia, mejorar su competitividad y definir con éxito futuras estrategias comerciales.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to train highly qualified professionals in Marketing, enabling them to understand the importance for companies of a Marketing Plan to ensure their effectiveness, improve their competitiveness and successfully define upcoming commercial strategies.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG5 - CG5-Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.
CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE1 - CE1-Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.
CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.
CE20 - CE20-Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de marketing o Plan de Marketing.
CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados
CE5 - CE5-Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	40	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	20	50
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	50	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta	10	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	20	100
AFE6-Seminarios	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE2-Pruebas prácticas	100.0	100.0
NIVEL 2: Marketing Interno / Internal Marketing (P)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:		

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

- La utilidad del Marketing Interno dentro de una empresa.
- Importancia de la Comunicación Interna

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Usefulness of Internal Marketing within a company
- Relevance of Internal Communication

5.5.1.3 CONTENIDOS

El objetivo principal de la asignatura de Marketing Interno, es concienciar a los alumnos de la importancia y de la trascendencia que actualmente tiene el Marketing Interno en el Plan Estratégico de las empresas, especialmente en el ámbito de la Comunicación Interna, analizando asimismo, sus efectos en la realidad empresarial.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to make students aware of the current relevance of Internal Marketing within Corporate Strategic Plans, especially in terms of Internal Communication, additionally analysing its effects on business reality

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG5 - CG5-Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE15 - CE15-Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing.

CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad	30	50

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	70.0	70.0
SEE2-Pruebas prácticas	30.0	30.0
NIVEL 2: Marketing y Dirección de Comunicación / Marketing and Communication Management (P)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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**	

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

No	No

LISTADO DE MENCIONES

No existen datos

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:

- Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización.
- Desarrollar y profundizar en el concepto actual de Comunicación Comercial.
- Conceptualizar los diferentes instrumentos de la Comunicación Comercial.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Being aware of the coherent integration of the Communication variable within the corporate Marketing strategy
- Developing and delving into the current concept of Commercial Communication
- Conceptualizing the different Commercial Communication tools

5.5.1.3 CONTENIDOS

El objetivo principal de la asignatura es enseñar a los alumnos del Grado en Marketing, los conceptos fundamentales de la Comunicación Comercial en un contexto integrado de Orientación de Marketing. Para ello se pretende transmitir una serie de conocimientos teórico-prácticos en el área de la Comunicación Comercial desde cada uno de los instrumentos comunicacionales básicos, proporcionando además una perspectiva integral de la variable.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with the fundamental concepts of Commercial Communication in an integrated Marketing Orientation context. To this end, it is relevant to transmit theoretical and practical knowledge of Commercial Communication through basic communication tools, additionally providing an integral perspective of the variable.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE14 - CE14-Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.

CE15 - CE15-Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing.

CE16 - CE16-Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial.

CE20 - CE20-Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de marketing o Plan de Marketing.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	80.0	80.0
SEE2-Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior / Global and International Marketing and Foreign Trade (P)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Las estrategias de marketing en el ámbito internacional.

- Las necesidades y requisitos de una organización para poder afrontar una operación de Marketing Internacional.

- Los aspectos técnico-administrativos de una operación de Comercio Exterior: Tramitación, documentación, procedimientos, problemática de gestión de la operación.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Marketing strategies in the international field
- Corporate needs and requirements for the tackling of International Marketing operations
- Technical and administrative aspects of a Foreign Trade operation: processing, documentation, procedures and management problems.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

El alumno podrá disponer de una visión actual y conocimientos suficientes de las estrategias de marketing a utilizar en los mercados internacionales con mercados muy cambiantes y la sensibilización cultural, imprescindible para la correcta elaboración de estrategias de Marketing Internacional.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with a current view and sufficient knowledge of the marketing strategies required in international changing markets in which cultural awareness is essential to correctly develop International Marketing strategies.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.
CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.
CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada
CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados
CE6 - CE6-Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES
MD1-Clases teóricas
MD2-Clases prácticas

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	70.0	70.0
SEE2-Pruebas prácticas	30.0	30.0
NIVEL 2: Estrategias de Marketing Digital / Digital Marketing Strategies (P)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Posicionamiento en buscadores
- Gestión de campañas en el ámbito digital.
- Estrategias de marketing de contenidos.
- Nuevas tendencias en marketing digital.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Search engine positioning
- Management of digital marketing campaigns
- Content marketing strategies.
- New trends in digital marketing.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

Tiene como principal objetivo presentar a los alumnos el nuevo modelo estratégico del marketing digital que convive con el modelo offline tradicional, incorporando nuevos conceptos relativos al ámbito digital que permitirá complementar y adecuar su visión estratégica del negocio a la actual realidad del mercado (digital customer journey, marketing en buscadores SEM/SEO, branded content, Storytelling, Inbound Marketing)

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to show students with the new strategic model of digital marketing that coexists with the traditional offline model, incorporating new concepts related to the digital field will complement and adapt its strategic vision of the business to the current reality of the market (digital customer journey, Search Engine Marketing SEM/SEO, branded content, Storytelling, Inbound Marketing)

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE10 - CE10-Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.

CE11 - CE11-Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de	10	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES
MD1-Clases teóricas
MD2-Clases prácticas
MD3-Tutorías

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	50.0	50.0
SEE2-Pruebas prácticas	50.0	50.0

NIVEL 2: Analíticas y Métricas de Marketing Digital / Analytics and Metrics of Digital (P)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Introducción al concepto de analíticas y métricas.
- Uso de métricas para la toma de decisiones y evaluación de resultados.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

- El cuadro de mandos digital.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Introduction to the concept of analytics and metrics.
- Use of metrics for decision-making and evaluation of results.
- The digital control panel.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

Tiene como principal objetivo iniciar a los alumnos en las herramientas de seguimiento y control de las actividades digitales llevadas a cabo con motivo de la estrategia de marketing digital (uso y tipos de métricas para la toma de decisiones basadas en datos, optimización de acciones digitales y resultados de campañas online)

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to initiate students in the monitoring and control tools of digital activities carried out in connection with the digital marketing strategy (use and types of metrics for making decisions based on data, optimization of digital actions and results of online campaigns)

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG5 - CG5-Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE10 - CE10-Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

CE8 - CE8-Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial, así como para su aplicación en la gestión de marketing en la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad	30	50

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	50.0	50.0
SEE2-Pruebas prácticas	50.0	50.0
NIVEL 2: Nuevas tendencias en Marketing y Ventas / New Trends in Marketing and Sales (P)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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**	

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

No	No

LISTADO DE MENCIONES

No existen datos

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Nuevas tendencias en marketing y ventas.
- Nuevas formas de segmentación.
- Nuevas estrategias de marketing.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- New trends in marketing and sales.
- New methods of segmentation.

New marketing strategies

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

Tiene como principal objetivo presentar a los alumnos las nuevas herramientas y tendencias derivadas de la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación, así como el análisis de nuevos conceptos y propuestas alternativas a las ya existentes, con el objeto de aportar nuevas fórmulas para operar y actuar en un sector altamente competitivo y ver sus efectos sobre las áreas de marketing y ventas de una organización.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to show students the new tools and trends resulting from the evolution of information and communication technologies as well as the analysis of new concepts and alternative proposals to current ones, in order to provide new formulas to operate and act in a highly competitive sector and evaluate their effects on sales and marketing areas in the company.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - CE1-Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.

CE10 - CE10-Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.

CE11 - CE11-Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada		
CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados		
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	125	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	50.0	50.0
SEE2-Pruebas prácticas	50.0	50.0
NIVEL 2: Marketing Interno / Internal Marketing (S)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Resultados de aprendizajes:

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:

- La utilidad del Marketing Interno dentro de una empresa.
- Importancia de la Comunicación Interna

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Usefulness of Internal Marketing within a company
- Relevance of Internal Communication

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

El objetivo principal de la asignatura de Marketing Interno, es concienciar a los alumnos de la importancia y de la trascendencia que actualmente tiene el Marketing Interno en el Plan Estratégico de las empresas, especialmente en el ámbito de la Comunicación Interna, analizando asimismo, sus efectos en la realidad empresarial.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to make students aware of the current relevance of Internal Marketing within Corporate Strategic Plans, especially in terms of Internal Communication, additionally analysing its effects on business reality.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CG5 - CG5-Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.
CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.
CE15 - CE15-Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing.
CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFES1 -Trabajo autónomo del estudiante. (Preparación de clases teóricas, preparación de clases prácticas/problemas/ casos, preparación de pruebas)	56	0
AFES2 -Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	20	0
AFES3 - Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	10	0
AFES4 - Debate y crítica constructiva a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que	10	0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases. (Recursos online: Material audiovisual, multimedia o con soporte web y espacios para aprendizajes orientados a generar debate y crítica constructiva).		
AFES5 - Tutorías académicas a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. Los alumnos participarán individualmente y/o en grupo en las tutorías académicas definidas con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y que el profesor les oriente y resuelva las dudas. (Recursos online: Correo y videoconferencia)	8	0
AFES6 - Seminarios de carácter virtual (Recursos online: material audiovisual, multimedia o con soporte web y/o videoconferencia).	4.5	0
AFES 7 Pruebas presenciales de evaluación de conocimiento teórico y/o práctico.	4	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposición de contenidos teóricos asincrónica (Recursos online: unidades didácticas en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Clase magistral por videoconferencia).

Exposición de contenidos prácticos asincrónica (Recursos online: tutoriales didácticos registrados en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Recursos online: videoconferencia) para la generación de debates, crítica constructiva y trabajos en grupo.

Tutorías online individuales y/o grupales, sincrónicas y/o asincrónicas para seguimiento y supervisión académica (Recursos online: fotos, correo electrónico de aula virtual, videoconferencia).

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
SEES1- Prueba escrita presencial de desarrollo, preguntas cortas o tipo test.	30.0	60.0
SEES2 - Prueba práctica presencial que incluye actividades, problemas o casos a resolver.	30.0	60.0
SEES3 - Evaluación de trabajos individuales y/o grupales entregados a través del Aula Virtual.	10.0	40.0

NIVEL 2: Marketing y Dirección de Comunicación / Marketing and Communication Management (S)

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
ECTS NIVEL 2	4,5

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Resultados de aprendizajes:

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:

- Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización.
- Desarrollar y profundizar en el concepto actual de Comunicación Comercial.
- Conceptualizar los diferentes instrumentos de la Comunicación Comercial.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Being aware of the coherent integration of the Communication variable within the corporate Marketing strategy
- Developing and delving into the current concept of Commercial Communication
- Conceptualizing the different Commercial Communication tools

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

El objetivo principal de la asignatura es enseñar a los alumnos del Grado en Marketing, los conceptos fundamentales de la

Comunicación Comercial en un contexto integrado de Orientación de Marketing. Para ello se pretende transmitir una serie de conocimientos teóri-co-prácticos en el área de la Comunicación Comercial desde cada uno de los instrumentos comunicacionales básicos, proporcionando además una perspectiva integral de la variable.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with the fundamental concepts of Commercial Communication in an integrated Marketing Orientation context. To this end, it is relevant to transmit theoretical and practical knowledge of Commercial Communication through basic communication tools, ad-ditionally providing an integral perspective of the variable.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE14 - CE14-Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.
CE15 - CE15-Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing.
CE16 - CE16-Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial.
CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFES1 -Trabajo autónomo del estudiante. (Preparación de clases teóricas, preparación de clases prácticas/problemas/ casos, preparación de pruebas)	56	0
AFES2 -Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	20	0
AFES3 - Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	10	0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

AFES4 - Debate y crítica constructiva a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases. (Recursos online: Material audiovisual, multimedia o con soporte web y espacios para aprendizajes orientados a generar debate y crítica constructiva).	10	0
AFES5 - Tutorías académicas a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. Los alumnos participarán individualmente y/o en grupo en las tutorías académicas definidas con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y que el profesor les oriente y resuelva las dudas. (Recursos online: Correo y videoconferencia)	8	0
AFES6 - Seminarios de carácter virtual (Recursos online: material audiovisual, multimedia o con soporte web y/o videoconferencia).	4.5	0
AFES 7 Pruebas presenciales de evaluación de conocimiento teórico y/o práctico.	4	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposición de contenidos teóricos asincrónica (Recursos online: unidades didácticas en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Clase magistral por videoconferencia).

Exposición de contenidos prácticos asincrónica (Recursos online: tutoriales didácticos registrados en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Recursos online: videoconferencia) para la generación de debates, crítica constructiva y trabajos en grupo.

Tutorías online individuales y/o grupales, sincrónicas y/o asincrónicas para seguimiento y supervisión académica (Recursos online: fotos, correo electrónico de aula virtual, videoconferencia).

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
SEES1- Prueba escrita presencial de desarrollo, preguntas cortas o tipo test.	30.0	60.0
SEES2 - Prueba práctica presencial que incluye actividades, problemas o casos a resolver.	30.0	60.0
SEES3 - Evaluación de trabajos individuales y/o grupales entregados a través del Aula Virtual.	10.0	40.0

NIVEL 2: Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior / Global and International Marketing and Foreign Trade (S)

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Resultados de aprendizajes:

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Las estrategias de marketing en el ámbito internacional.

- Las necesidades y requisitos de una organización para poder afrontar una operación de Marketing Internacional.

- Los aspectos técnico-administrativos de una operación de Comercio Exterior: Tramitación, documentación, procedimientos, problemática de gestión de la operación.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Marketing strategies in the international field
- Corporate needs and requirements for the tackling of International Marketing operations
- Technical and administrative aspects of a Foreign Trade operation: processing, documentation, procedures and management problems.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

El alumno podrá disponer de una visión actual y conocimientos suficientes de las estrategias de marketing a utilizar en los mercados internacionales con mercados muy cambiantes y la sensibilización cultural, imprescindible para la correcta elaboración de estrategias de Marketing Internacional.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with a current view and sufficient knowledge of the marketing strategies required in international changing markets in which cultural awareness is essential to correctly develop International Marketing strategies.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.
CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.
CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.
CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada
CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados
CE6 - CE6-Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFES1 -Trabajo autónomo del estudiante. (Preparación de clases teóricas, preparación de clases prácticas/problemas/ casos, preparación de pruebas)	56	0
AFES2 -Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	20	0
AFES3 - Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral a través de la plataforma	10	0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)		
AFES4 - Debate y crítica constructiva a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases. (Recursos online: Material audiovisual, multimedia o con soporte web y espacios para aprendizajes orientados a generar debate y crítica constructiva).	10	0
AFES5 - Tutorías académicas a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. Los alumnos participarán individualmente y/o en grupo en las tutorías académicas definidas con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y que el profesor les oriente y resuelva las dudas. (Recursos online: Correo y videoconferencia)	8	0
AFES6 - Seminarios de carácter virtual (Recursos online: material audiovisual, multimedia o con soporte web y/o videoconferencia).	4.5	0
AFES 7 Pruebas presenciales de evaluación de conocimiento teórico y/o práctico.	4	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposición de contenidos teóricos asincrónica (Recursos online: unidades didácticas en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Clase magistral por videoconferencia).

Exposición de contenidos prácticos asincrónica (Recursos online: tutoriales didácticos registrados en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Recursos online: videoconferencia) para la generación de debates, crítica constructiva y trabajos en grupo.

Tutorías online individuales y/o grupales, sincrónicas y/o asincrónicas para seguimiento y supervisión académica (Recursos online: fotos, correo electrónico de aula virtual, videoconferencia).

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
SEES1- Prueba escrita presencial de desarrollo, preguntas cortas o tipo test.	30.0	60.0
SEES2 - Prueba práctica presencial que incluye actividades, problemas o casos a resolver.	30.0	60.0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

SEES3 - Evaluación de trabajos individuales y/o grupales entregados a través del Aula Virtual.	10.0	40.0

NIVEL 2: Marketing Político / Political marketing (S)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

Resultados de aprendizajes:

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos en:

- Las técnicas que serían aplicables desde la óptica del marketing político y social (análisis del mercado político y social)
- Búsqueda de información concreta sobre los múltiples agentes que intervienen en el ámbito de la actividad político y social.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Techniques to be applied pursuant to political and social marketing (political and social market analysis)
- Specific information research about the multiple agents intervening in the field of political and social activities

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

- El objetivo de la asignatura es conseguir un conocimiento más profundo de los aspectos que se ha de considerar cuando se hace uso de las distintas técnicas de Marketing aplicado a conceptos políticos y sociales, tratando de transmitir al alumno de forma clara la utilidad y las posibilidades que se plantean a la hora de elaborar un plan de marketing político y social.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with a wide knowledge of the main aspects to be considered when applying the different techniques related to the marketing applied to political and social concepts, enabling students to clearly perceive the usefulness and the possibilities raised when preparing a political and social marketing plan.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.4 OBSERVACIONES
CG4 en la modalidad de inglés
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.
CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE1 - CE1-Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.
CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.
CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada
CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFES1 -Trabajo autónomo del estudiante. (Preparación de clases teóricas, preparación de clases prácticas/problemas/ casos, preparación de pruebas)	56	0
AFES2 -Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	20	0
AFES3 - Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una	10	0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)		
AFES4 - Debate y crítica constructiva a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases. (Recursos online: Material audiovisual, multimedia o con soporte web y espacios para aprendizajes orientados a generar debate y crítica constructiva).	10	0
AFES5 - Tutorías académicas a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. Los alumnos participarán individualmente y/o en grupo en las tutorías académicas definidas con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y que el profesor les oriente y resuelva las dudas. (Recursos online: Correo y videoconferencia)	8	0
AFES6 - Seminarios de carácter virtual (Recursos online: material audiovisual, multimedia o con soporte web y/o videoconferencia).	4.5	0
AFES 7 Pruebas presenciales de evaluación de conocimiento teórico y/o práctico.	4	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposición de contenidos teóricos asincrónica (Recursos online: unidades didácticas en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Clase magistral por videoconferencia).

Exposición de contenidos prácticos asincrónica (Recursos online: tutoriales didácticos registrados en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Recursos online: videoconferencia) para la generación de debates, crítica constructiva y trabajos en grupo.

Tutorías online individuales y/o grupales, sincrónicas y/o asincrónicas para seguimiento y supervisión académica (Recursos online: fotos, correo electrónico de aula virtual, videoconferencia).

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
SEES1- Prueba escrita presencial de desarrollo, preguntas cortas o tipo test.	30.0	60.0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

SEES2 - Prueba práctica presencial que incluye actividades, problemas o casos a resolver.	30.0	60.0
SEES3 - Evaluación de trabajos individuales y/o grupales entregados a través del Aula Virtual.	10.0	40.0

NIVEL 2: Marketing Sectorial / Sector marketing (S)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

Resultados de aprendizajes:

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Las distintas interrelaciones con otras disciplinas afines y actividades socio económicas susceptibles de ser abordadas desde la óptica del Marketing.
- Los mecanismos que mueven al individuo en su papel de consumidor para poder aplicarlos en las decisiones de marketing estratégico de la empresa, en los distintos casos o tipos de mercado según la actividad o sector económico de que se trate.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- The different interrelations with other disciplines and socio-economic activities susceptible to be approached from a Marketing approach
- Consumer-driving mechanisms, in order to be applied to the corporate strategic marketing decisions in the different scenarios or market types according to the activity or economic sector

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

Capacitar al alumno para lograr el conocimiento básico de esta disciplina, incluyendo nuevas tecnologías de la información y las últimas tendencias de Marketing, ofreciendo al alumno el conocimiento de las fuentes bibliográficas más adecuadas para el análisis de esta disciplina.

Brief description of contents:

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

The course¿s main aim is to provide students with the basics of this discipline, including ICTs and the latest Marketing trends, offering students the most appropriate bibliographic references for the analysis of this subject.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFES1 -Trabajo autónomo del estudiante. (Preparación de clases teóricas, preparación de clases prácticas/problemas/ casos, preparación de pruebas)	56	0
AFES2 -Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	20	0
AFES3 - Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los	10	0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)		
AFES4 - Debate y crítica constructiva a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases. (Recursos online: Material audiovisual, multimedia o con soporte web y espacios para aprendizajes orientados a generar debate y crítica constructiva).	10	0
AFES5 - Tutorías académicas a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. Los alumnos participarán individualmente y/o en grupo en las tutorías académicas definidas con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y que el profesor les oriente y resuelva las dudas. (Recursos online: Correo y videoconferencia)	8	0
AFES6 - Seminarios de carácter virtual (Recursos online: material audiovisual, multimedia o con soporte web y/o videoconferencia).	4.5	0
AFES 7 Pruebas presenciales de evaluación de conocimiento teórico y/o práctico.	4	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposición de contenidos teóricos asincrónica (Recursos online: unidades didácticas en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Clase magistral por videoconferencia).

Exposición de contenidos prácticos asincrónica (Recursos online: tutoriales didácticos registrados en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Recursos online: videoconferencia) para la generación de debates, crítica constructiva y trabajos en grupo.

Tutorías online individuales y/o grupales, sincrónicas y/o asincrónicas para seguimiento y supervisión académica (Recursos online: fotos, correo electrónico de aula virtual, videoconferencia).

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
SEES1- Prueba escrita presencial de desarrollo, preguntas cortas o tipo test.	30.0	60.0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

SEES2 - Prueba práctica presencial que incluye actividades, problemas o casos a resolver.	30.0	60.0
SEES3 - Evaluación de trabajos individuales y/o grupales entregados a través del Aula Virtual.	10.0	40.0

NIVEL 2: Estrategias de Marketing Digital / Digital Marketing Strategies (S)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

Resultados de aprendizajes:

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Posicionamiento en buscadores
- Gestión de campañas en el ámbito digital.
- Estrategias de marketing de contenidos.
- Nuevas tendencias en marketing digital.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Search engine positioning
- Management of digital marketing campaigns
- Content marketing strategies.
- New trends in digital marketing.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

Tiene como principal objetivo presentar a los alumnos el nuevo modelo estratégico del marketing digital que convive con el modelo offline tradicional, incorporando nuevos conceptos relativos al ámbito digital que permitirá complementar y adecuar su visión estratégica del negocio a la actual realidad del mercado (digital customer journey, marketing en buscadores SEM/SEO, branded content, Storytelling, Inbound Marketing)

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to show students with the new strategic model of digital marketing that coexists with the traditional offline model, incorporating new concepts related to the digital field will complement and adapt its strategic vision of the business to the current reality of the market (digital customer journey, Search Engine Marketing SEM/SEO, branded content, Storytelling, Inbound Marketing).

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE10 - CE10-Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.

CE11 - CE11-Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFES1 -Trabajo autónomo del estudiante. (Preparación de clases teóricas, preparación de clases prácticas/problemas/ casos, preparación de pruebas)	56	0
AFES2 -Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	20	0
AFES3 - Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se	10	0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)		
AFES4 - Debate y crítica constructiva a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases. (Recursos online: Material audiovisual, multimedia o con soporte web y espacios para aprendizajes orientados a generar debate y crítica constructiva).	10	0
AFES5 - Tutorías académicas a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. Los alumnos participarán individualmente y/o en grupo en las tutorías académicas definidas con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y que el profesor les oriente y resuelva las dudas. (Recursos online: Correo y videoconferencia)	8	0
AFES6 - Seminarios de carácter virtual (Recursos online: material audiovisual, multimedia o con soporte web y/o videoconferencia).	4.5	0
AFES 7 Pruebas presenciales de evaluación de conocimiento teórico y/o práctico.	4	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposición de contenidos teóricos asincrónica (Recursos online: unidades didácticas en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Clase magistral por videoconferencia).

Exposición de contenidos prácticos asincrónica (Recursos online: tutoriales didácticos registrados en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Recursos online: videoconferencia) para la generación de debates, crítica constructiva y trabajos en grupo.

Tutorías online individuales y/o grupales, sincrónicas y/o asincrónicas para seguimiento y supervisión académica (Recursos online: fotos, correo electrónico de aula virtual, videoconferencia).

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

SEES1- Prueba escrita presencial de desarrollo, preguntas cortas o tipo test.	30.0	60.0
SEES2 - Prueba práctica presencial que incluye actividades, problemas o casos a resolver.	30.0	60.0
SEES3 - Evaluación de trabajos individuales y/o grupales entregados a través del Aula Virtual.	10.0	40.0

NIVEL 2: Analíticas y Métricas de Marketing Digital / Analytics and Metrics of Digital (S)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

Resultados de aprendizajes:

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Introducción al concepto de analíticas y métricas.
- Uso de métricas para la toma de decisiones y evaluación de resultados.
- El cuadro de mandos digital.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Introduction to the concept of analytics and metrics.
- Use of metrics for decision-making and evaluation of results.
- The digital control panel.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

Tiene como principal objetivo iniciar a los alumnos en las herramientas de seguimiento y control de las actividades digitales llevadas a cabo con motivo de la estrategia de marketing digital (uso y tipos de métricas para la toma de decisiones basadas en datos, optimización de acciones digitales y resultados de campañas online)

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to initiate students in the monitoring and control tools of digital activities carried out in connection with the digital marketing strategy (use and types of metrics for making decisions based on data, optimization of digital actions and results of online campaigns).

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG5 - CG5-Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE10 - CE10-Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

CE8 - CE8-Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial, así como para su aplicación en la gestión de marketing en la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFES1 -Trabajo autónomo del estudiante. (Preparación de clases teóricas, preparación de clases prácticas/problemas/ casos, preparación de pruebas)	56	0
AFES2 -Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	20	0
AFES3 - Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de	10	0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)		
AFES4 - Debate y crítica constructiva a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases. (Recursos online: Material audiovisual, multimedia o con soporte web y espacios para aprendizajes orientados a generar debate y crítica constructiva).	10	0
AFES5 - Tutorías académicas a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. Los alumnos participarán individualmente y/o en grupo en las tutorías académicas definidas con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y que el profesor les oriente y resuelva las dudas. (Recursos online: Correo y videoconferencia)	8	0
AFES6 - Seminarios de carácter virtual (Recursos online: material audiovisual, multimedia o con soporte web y/o videoconferencia).	4.5	0
AFES 7 Pruebas presenciales de evaluación de conocimiento teórico y/o práctico.	4	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposición de contenidos teóricos asincrónica (Recursos online: unidades didácticas en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Clase magistral por videoconferencia).

Exposición de contenidos prácticos asincrónica (Recursos online: tutoriales didácticos registrados en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Recursos online: videoconferencia) para la generación de debates, crítica constructiva y trabajos en grupo.

Tutorías online individuales y/o grupales, sincrónicas y/o asincrónicas para seguimiento y supervisión académica (Recursos online: fotos, correo electrónico de aula virtual, videoconferencia).

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
SEES1- Prueba escrita presencial de desarrollo, preguntas cortas o tipo test.	30.0	60.0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

SEES2 - Prueba práctica presencial que incluye actividades, problemas o casos a resolver.	30.0	60.0
SEES3 - Evaluación de trabajos individuales y/o grupales entregados a través del Aula Virtual.	10.0	40.0

NIVEL 2: Nuevas tendencias en Marketing y Ventas / New Trends in Marketing and Sales (S)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

Resultados de aprendizajes:

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Nuevas tendencias en marketing y ventas.
- Nuevas formas de segmentación.
- Nuevas estrategias de marketing.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- New trends in marketing and sales.
- New methods of segmentation.
- New marketing strategies.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

Tiene como principal objetivo presentar a los alumnos las nuevas herramientas y tendencias derivadas de la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación, así como el análisis de nuevos conceptos y propuestas alternativas a las ya existentes, con el objeto de aportar nuevas fórmulas para operar y actuar en un sector altamente competitivo y ver sus efectos sobre las áreas de marketing y ventas de una organización.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to show students the new tools and trends resulting from the evolution of information and communication technologies as well as the analysis of new concepts and alternative proposals to current ones, in order to provide new formulas to operate and act in a highly competitive sector and evaluate their effects on sales and marketing areas in the company.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - CE1-Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.

CE10 - CE10-Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.

CE11 - CE11-Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFES1 -Trabajo autónomo del estudiante. (Preparación de clases teóricas, preparación de clases prácticas/problemas/ casos, preparación de pruebas)	56	0
AFES2 -Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	20	0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

AFES3 - Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	10	0
AFES4 - Debate y crítica constructiva a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases. (Recursos online: Material audiovisual, multimedia o con soporte web y espacios para aprendizajes orientados a generar debate y crítica constructiva).	10	0
AFES5 - Tutorías académicas a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. Los alumnos participarán individualmente y/o en grupo en las tutorías académicas definidas con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y que el profesor les oriente y resuelva las dudas. (Recursos online: Correo y videoconferencia)	8	0
AFES6 - Seminarios de carácter virtual (Recursos online: material audiovisual, multimedia o con soporte web y/o videoconferencia).	4.5	0
AFES 7 Pruebas presenciales de evaluación de conocimiento teórico y/o práctico.	4	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición de contenidos teóricos asincrónica (Recursos online: unidades didácticas en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Clase magistral por videoconferencia).		
Exposición de contenidos prácticos asincrónica (Recursos online: tutoriales didácticos registrados en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Recursos online: videoconferencia) para la generación de debates, crítica constructiva y trabajos en grupo.		
Tutorías online individuales y/o grupales, sincrónicas y/o asincrónicas para seguimiento y supervisión académica (Recursos online: fotos, correo electrónico de aula virtual, videoconferencia).		

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEES1- Prueba escrita presencial de desarrollo, preguntas cortas o tipo test.	30.0	60.0
SEES2 - Prueba práctica presencial que incluye actividades, problemas o casos a resolver.	30.0	60.0
SEES3 - Evaluación de trabajos individuales y/o grupales entregados a través del Aula Virtual.	10.0	40.0

5.5 NIVEL 1: ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO / Economic environment Analysis		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Análisis Económico-Financiero en Marketing I / Economic-Financial Analysis in Marketing I		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
		4,5
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Bases de la contabilidad, objetivos y principios fundamentales
- Instrumentos de la teneduría de cuentas y su proceso de desarrollo
- Cuentas anuales.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Accountancy criteria, objectives and fundamental principles
- Book-keeping tools and development
- Annual accounts

5.5.1.3 CONTENIDOS

El objetivo de la asignatura es transmitir los conceptos básicos de la disciplina contable así como las bases para su análisis, con la finalidad de saber interpretar la información contenida en las cuentas anuales.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with basic accountancy concepts and the basis for its analysis, enabling them to interpret the information contained in the annual accounts.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

CE6 - CE6-Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar	12.5	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.		
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	40.0	40.0
SEE2-Pruebas prácticas	60.0	60.0
NIVEL 2: Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado / Mercantile Law: Legal Regulation of the Market		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
		4,5
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Normas básicas que regulan la actividad en el mercado
- Comercio interior y consumidores
- Propiedad industrial
- Derecho de la competencia y la publicidad
- Contratos publicitarios
- Publicidad ilícita

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Basic rules governing market activity
- Domestic trade and consumers
- Industrial property
- Competition and Advertising Law
- Advertising agreements
- Illegal advertising

5.5.1.3 CONTENIDOS

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

El objetivo del curso es que el alumno aprenda los normas básicas que regulan la actividad en el mercado fundamentalmente de los empresarios y profesionales que ofrecen bienes y servicios desde la perspectiva de las actividades más vinculadas al marketing.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with the basic rules that govern the activity of business owners and professionals offering goods and services to the market, from a marketing perspective.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

CE6 - CE6-Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.

CE7 - CE7-Conocer y aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse	12.5	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.		
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	70.0	70.0
SEE2-Pruebas prácticas	30.0	30.0
NIVEL 2: Análisis Económico-Financiero en Marketing II / Economic-Financial Analysis in Marketing II		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
4,5		
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Funcionamiento financiero de una empresa
- Procesos de inversión en activos fijos
- Funcionamiento del ciclo de la explotación
- Fuentes de financiación
- Tipos de inversiones

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Corporate financial operations
- Fixed assets investment processes
- Functioning of the operating cycle
- Financial sources
- Types of investments

5.5.1.3 CONTENIDOS

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Esta asignatura analiza la mecánica del funcionamiento financiero de las empresas centrando la atención en los distintos tipos de ciclos que en ella tienen lugar, desde los procesos de inversión en activo fijo hasta el funcionamiento del ciclo de la explotación, siempre con especial mención a los flujos de tesorería asociados a los mismos.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to analyse corporate financial operations focusing on the different corporate cycles: from fixed assets investment processes to the functioning of the operating cycle, emphasising cash-flows deriving therefrom.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

CE6 - CE6-Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los	10	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	50.0	50.0
SEE2-Pruebas prácticas	50.0	50.0
5.5 NIVEL 1: ECONOMÍA / Economy		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Economía I : Microeconomía / Economics I: MicroEconomics		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	**RAMA**	**MATERIA**
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Economía
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
		6
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Aspectos microeconómicos
- Teoría del consumidor
- Teoría de la producción
- Funcionamiento de los mercados

Learning outcomes:

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Microeconomic aspects
- Theory of consumer choice
- Production theory
- Market functioning

5.5.1.3 CONTENIDOS

Se pretende que el alumno adquiera los conocimientos básicos adecuados en lo referente al funcionamiento de la economía en sus aspectos micro-económicos.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with basic knowledge of economic performance from a microeconomic perspective.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

CE6 - CE6-Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	80	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	40	50
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	20	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	50.0	50.0
SEE2-Pruebas prácticas	50.0	50.0
NIVEL 2: Economía II: Macroeconomía / Economics II: MacroEconomics		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
6		
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Aspectos macroeconómicos
- Comprensión de la economía en términos de modelos teóricos
- Relaciones entre las diferentes variables macroeconómicas

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Macroeconomic aspects
- Comprehension of the economy in terms of theoretical models
- Relations between the different macroeconomic variables

5.5.1.3 CONTENIDOS

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Los objetivos principales que se pretenden con esta asignatura son: en primer lugar, transmitir al alumno/a los conocimientos básicos de la Macroeconomía como rama de la teoría económica; de igual manera, se pretende que éstos adquieran un dominio suficiente de los mismos para poder interpretar las diferentes realidades macroeconómicas que actualmente imperan en la economía mundial, y de este modo desarrollar su capacidad crítica mediante el estudio de las decisiones de política macroeconómica que, en el día a día, se publican en los medios de comunicación.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with the basic concepts of Macroeconomics as a branch of the economic theory; enabling them to reach mastery of these concepts in order to interpret the different macroeconomic realities currently dominant in the global economy and thus develop their critical capacity through the analysis of the macroeconomic policy decisions that are daily published in the media.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

CE6 - CE6-Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	80	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	40	50
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	20	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	10	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	80.0	80.0
SEE2-Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Análisis y previsión de ventas / Analysis and forecast of sales (P)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:

- previsiones en el ámbito de la empresa y más concretamente en el área relacionada con las ventas.
- El Modelo de regresión lineal múltiple o Modelo lineal general.
- Los modelos univariantes de series temporales.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Corporate forecasts and more specifically in the sales area
- Multiple Linear Regression or General Linear Model
- Univariate models of time series

5.5.1.3 CONTENIDOS

El objetivo principal de esta asignatura es conseguir que el alumno aprenda a llevar a cabo previsiones en el ámbito de la empresa y más concretamente en el área relacionada con las ventas. Para conseguir dicho objetivo será necesario que el alumno entienda que la ¿formación¿ de esas previsiones descansa en la previa elaboración de un modelo econométrico que nos permita conocer y comprender el comportamiento pasado de la variable analizada para que, una vez construido dicho modelo, nos permita estimar el comportamiento futuro de las ventas de la empresa o de cualquier otra variable relacionada con dicho ámbito empresarial.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to enable students to conduct corporate forecasts, more specifically in the sales area. To achieve this goal, students need to understand that the "elaboration" of the said forecasts lies in the prior development of an econometric model so as to understand the past behaviour of the analysed variable. Once the model is built, students will be able to estimate the upcoming behaviour of the company¿s sales or any other business-related variable.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG5 - CG5-Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

CE8 - CE8-Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial, así como para su aplicación en la gestión de marketing en la empresa.

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el	10	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	50.0	50.0
SEE2-Pruebas prácticas	50.0	50.0
NIVEL 2: Análisis y previsión de ventas / Analysis and forecast of sales (S)		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4,5		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
Resultados de aprendizajes:		

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:

- previsiones en el ámbito de la empresa y más concretamente en el área relacionada con las ventas.
- El Modelo de regresión lineal múltiple o Modelo lineal general.
- Los modelos univariantes de series temporales.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Corporate forecasts and more specifically in the sales area
- Multiple Linear Regression or General Linear Model
- Univariate models of time series

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

El objetivo principal de esta asignatura es conseguir que el alumno aprenda a llevar a cabo previsiones en el ámbito de la empresa y más concretamente en el área relacionada con las ventas. Para conseguir dicho objetivo será necesario que el alumno entienda que la ¿formación¿ de esas previsiones descansa en la previa elaboración de un modelo econométrico que nos permita conocer y comprender el comportamiento pasado de la variable analizada para que, una vez construido dicho modelo, nos permita estimar el comportamiento futuro de las ventas de la empresa o de cualquier otra variable relacionada con dicho ámbito empresarial.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to enable students to conduct corporate forecasts, more specifically in the sales area. To achieve this goal, students need to understand that the "elaboration" of the said forecasts lies in the prior development of an econometric model so as to understand the past behaviour of the analysed variable. Once the model is built, students will be able to estimate the upcoming behaviour of the company¿s sales or any other business-related variable.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG5 - CG5-Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados

CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

CE8 - CE8-Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial, así como para su aplicación en la gestión de marketing en la empresa.

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFES1 -Trabajo autónomo del estudiante. (Preparación de clases teóricas, preparación de clases prácticas/problemas/ casos, preparación de pruebas)	56	0
AFES2 -Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	20	0
AFES3 - Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral a través de la plataforma virtual por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. (Recursos online: Materiales y espacios para aprendizajes orientados a resolución de problemas o proyectos, análisis de caso, etc.)	10	0
AFES4 - Debate y crítica constructiva a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases. (Recursos online: Material audiovisual, multimedia o con soporte web y espacios para aprendizajes orientados a generar debate y crítica constructiva).	10	0
AFES5 - Tutorías académicas a través de las herramientas proporcionadas por la plataforma virtual. Los alumnos participarán individualmente y/o en grupo en las tutorías académicas definidas con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y que el profesor	8	0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

les oriente y resuelva las dudas. (Recursos online: Correo y videoconferencia)		
AFES6 - Seminarios de carácter virtual (Recursos online: material audiovisual, multimedia o con soporte web y/o videoconferencia).	4.5	0
AFES 7 Pruebas presenciales de evaluación de conocimiento teórico y/o práctico.	4	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES
Exposición de contenidos teóricos asincrónica (Recursos online: unidades didácticas en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Clase magistral por videoconferencia).
Exposición de contenidos prácticos asincrónica (Recursos online: tutoriales didácticos registrados en formato texto, audiovisual o multimedia) y/o sincrónica (Recursos online: videoconferencia) para la generación de debates, crítica constructiva y trabajos en grupo.
Tutorías online individuales y/o grupales, sincrónicas y/o asincrónicas para seguimiento y supervisión académica (Recursos online: fotos, correo electrónico de aula virtual, videoconferencia).

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEES1- Prueba escrita presencial de desarrollo, preguntas cortas o tipo test.	30.0	60.0
SEES2 - Prueba práctica presencial que incluye actividades, problemas o casos a resolver.	30.0	60.0
SEES3 - Evaluación de trabajos individuales y/o grupales entregados a través del Aula Virtual.	10.0	30.0

5.5 NIVEL 1: ORGANIZACION / Organization		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Dirección Estratégica / Strategic Management		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
		4,5
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Proceso de Dirección Estratégica
- Puntos fuertes y débiles de una empresa
- Oportunidades y amenazas en el entorno de la empresa

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Strategic Management process
- Strengths and weaknesses of companies
- Opportunities and threats in the corporate environment

5.5.1.3 CONTENIDOS

La asignatura tiene como objetivo proporcionar al alumno un conjunto básico de conocimientos referidos a la Dirección Estratégica de la Empresa, aportándoles los conceptos y técnicas que les permitan formular, evaluar e implantar estrategias en la empresa.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with basic knowledge of Corporate Strategic Management and with concepts and techniques that will enable them to draw up, evaluate and implement corporate strategies.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE10 - CE10-Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE5 - CE5-Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad	10	100

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	70.0	70.0
SEE2-Pruebas prácticas	30.0	30.0
5.5 NIVEL 1: PSICOLOGIA / Psychology		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Psicología aplicada al Marketing / Psychology Applied to Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
		4,5
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Procesos psicosociales básicos
- Técnicas de investigación en psicología y psicología social

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Basic psychosocial processes
- Research techniques in Psychology and Social Psychology

5.5.1.3 CONTENIDOS

El objetivo de la asignatura es ofrecer al alumnado del Grado los conocimientos básicos de Psicología y Psicología Social como marco de estudio desde el que aproximarse al ámbito del Marketing en sus diferentes modalidades. El objetivo es que el alumnado adquiera un conocimiento y lenguaje psicológico y psicosocial suficiente para poder analizar en diferentes niveles la complejidad de la conducta humana y poder aplicar dichos conocimientos a los diferentes campos profesionales y de investigación del Marketing

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to provide students with basic knowledge of Psychology and Social Psychology as a background to approach Marketing in its different forms. Students will acquire sufficient knowledge and psychological and psychosocial language so as to analyse the complexity of human behaviour at different levels and to apply this knowledge to the different professional and Marketing research fields.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE11 - CE11-Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	60	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados	30	50

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	12.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES
MD1-Clases teóricas
MD2-Clases prácticas
MD3-Tutorías

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	70.0	70.0
SEE2-Pruebas prácticas	30.0	30.0

5.5 NIVEL 1: IDIOMA / Language
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1
NIVEL 2: Idioma Moderno / Modern Language
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	**RAMA**	**MATERIA**
Básica	Otras Ramas	Otra Materia...
NUEVA MATERIA		
ECTS NIVEL2	6	

DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	**ECTS Anual 2**	**ECTS Anual 3**
	6	
ECTS Anual 4	**ECTS Anual 5**	**ECTS Anual 6**

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
No	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Sí	Sí	No
ITALIANO	**OTRAS**	
Sí	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de: • Comprender de forma escrita y oral un idioma moderno en un contexto económico, comercial, de negocios y empresarial. **Learning outcomes:** Students will acquire theoretical and practical knowledge of: • Written and oral understanding of a modern language in an economic, commercial, business and corporate context		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Comprensión escrita y auditiva del idioma extranjero en un contexto económico, comercial, de negocios y empresarial. **Brief description of contents:** Written and oral understanding of a foreign language in an economic, commercial, business and corporate context.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG4 - CG4-Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera: comprender y ser capaz de comunicarse en contextos económicos-empresariales en inglés.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.		
CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada		
CE4 - CE4-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
No existen datos		
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE1-Pruebas teóricas	50.0	50.0
SEE2-Pruebas prácticas	50.0	50.0
5.5 NIVEL 1: DEONTOLOGIA / Deontology		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Responsabilidad y Marketing Social Corporativo / Responsability and Corporate Social Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	**RAMA**	**MATERIA**
Básica	Otras Ramas	Otra Materia...
NUEVA MATERIA		
ECTS NIVEL2	6	

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
6		
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Fundamentos de la Responsabilidad Social Corporativa
- Comunicación de proyectos/acciones de Responsabilidad Social Corporativa llevada a cabo por las empresas.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Fundamentals of Corporate Social Responsibility
- Communication of Corporate Social Responsibility projects/actions developed by companies

5.5.1.3 CONTENIDOS

Los alumnos con esta asignatura, aprenden como una compañía comunica aquellos proyectos/acciones de RS que realiza con el fin de mejorar su imagen y en definitiva su reputación corporativa ante los diferentes grupos de interés, siempre desde la coherencia con el resto de las estrategias y políticas de la empresa evitando que el mercado lo pueda percibir como una simple acción de marketing sino como lo que realmente debe ser, una autentica filosofía empresarial (misión, visión y valores).

Brief description of contents:

The students will learn how a company communicates the Corporate Social Responsibility projects/actions it develops, aimed at improving its image and corporate reputation before the different interest groups and coherently with the rest of corporate strategies and policies, thus avoiding the market to perceive it as a simple marketing action rather than what it really is, a true corporate philosophy (mission, view and values).

5.5.1.4 OBSERVACIONES

CG4 en la modalidad de inglés

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE14 - CE14-Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.		
CE3 - CE3-Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados		
CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
AFE1-Preparación de los contenidos teóricos	40	100
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	20	50
AFE3-Trabajos en grupo. Esta actividad docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	50	50
AFE4-Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10	100
AFE5-Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	20	100
AFE6-Seminarios	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD1-Clases teóricas		
MD2-Clases prácticas		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

SEE1-Pruebas teóricas	70.0	70.0
SEE2-Pruebas prácticas	30.0	30.0
5.5 NIVEL 1: RECONOCIMIENTO ACADÉMICO DE CRÉDITOS / Academic Recognition of Credits		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Reconocimiento académico de créditos / Academic Recognition of Credits		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
6		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 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	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

Asistencia a actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.: Complementar los conocimientos adquiridos en la asignatura, comparando otras experiencias.

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Attendance to related activities: conferences, seminars, etc.: Complementing the acquired knowledge with other experiences.

5.5.1.3 CONTENIDOS

El módulo tiene como objetivo que el alumno complemente su formación con la asistencia a jornadas, seminarios u otras actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.

Brief description of contents:

The course¿s main aim is to complement the students¿ training with conferences, seminars or any other cultural, sportive, students representation, aid work or cooperative university activities.

5.5.1.4 OBSERVACIONES
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
No existen datos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
AFE6-Seminarios	60	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD2-Clases prácticas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE3-Interacción: foros, debates, seminarios	100.0	100.0
5.5 NIVEL 1: PRACTICAS EXTERNAS / External practices		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Practicas Externas / External practices		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	**ECTS Anual 2**	**ECTS Anual 3**
ECTS Anual 4	**ECTS Anual 5**	**ECTS Anual 6**
24		
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	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos en:

- Las distintas Áreas/Departamentos relacionados con la titulación de Marketing

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- The different Areas/Departments related to the Bachelor Degree in Marketing

5.5.1.3 CONTENIDOS

Prácticas en entidades externas a la Universidad, relacionadas con los ámbitos de estudio del Grado en Marketing.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Brief description of contents:

Internship in external entities, related to the fields of study of the Bachelor Degree in Marketing.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

La normativa aplicable a la materia de prácticas externas, tanto en la forma de adjudicación de prácticas a los alumnos matriculados como en lo relativo al funcionamiento y articulación de las mismas, será confeccionada, debatida y aprobada por la Junta de Facultad.

En todo caso, dicha normativa recogerá como requisito imprescindible para la realización de prácticas externas, la necesidad de un acuerdo o convenio en materia de prácticas docentes entre la Universidad Rey Juan Carlos y la empresa, organismo público o privado o institución receptora del alumno de prácticas externas. En dicho convenio se recogerá el marco legal que articula la relación entre la universidad y la institución receptora de alumnos en materia de prácticas externas. Así mismo, como complemento a dicho convenio se desarrollarán anexos en los que se adjunte la información relativa a los datos personales de cada uno de los alumnos en prácticas, sus funciones y actividades a desarrollar durante las prácticas así como la duración de las mismas.

Las prácticas externas se realizarán en el idioma vehicular en el que se curse el Grado en Marketing (español o inglés)

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG4 - CG4-Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera: comprender y ser capaz de comunicarse en contextos económicos-empresariales en inglés.

CG5 - CG5-Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - CE1-Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.

CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.

CE2 - CE2-Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada

CE20 - CE20-Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de marketing o Plan de Marketing.

CE8 - CE8-Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial, así como para su aplicación en la gestión de marketing en la empresa.

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE7-Trabajo en una organización relacionado con las actividades de marketing.	300	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE4-Valoración por el tutor académico	20.0	40.0
SEE6 - Valoración por el tutor profesional	60.0	80.0
5.5 NIVEL 1: TRABAJO FIN DE GRADO / End of Degree Project		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Trabajo Fin de Grado / End of Degree Project		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	**ECTS Anual 2**	**ECTS Anual 3**
ECTS Anual 4	**ECTS Anual 5**	**ECTS Anual 6**
6		
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		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

El objetivo del TFG será verificar la adquisición por parte del estudiante de las destrezas y competencias descritas con anterioridad en los objetivos generales del título de Grado en Marketing, junto a destrezas específicas de orientación académica o profesional:

a) Integrar los conocimientos adquiridos sobre diversas disciplinas impartidas a lo largo del Grado en un trabajo de descripción y análisis;

b) facilitar el desarrollo de las habilidades mediante la aplicación de soluciones y métodos estudiados teóricamente a problemas reales que pueda identificar;

c) profundizar en el estudio teórico de alguna de las materias cursadas en la carrera

Learning outcomes:

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

The Final Project¿s main aim is to verify the students¿ acquisition of the skills and competences described in the general goals of the Bachelor's Degree in Marketing, along with other academic or professional specific skills, such as:

a) Integrating the acquired knowledge of the Bachelor¿s Degree courses into a descriptive and analytical project;

b) Facilitating the skills development through the application of the theoretically studied solutions and methods to the real problems that may be identified;

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

c) Delving into the theoretical study of any of the Bachelor¿s Degree courses.

5.5.1.3 CONTENIDOS

El alumno realizará un trabajo teórico-práctico sobre una o varias asignaturas del grado.

Brief description of contents:

Students will prepare a theoretical and practical project connected to one or more courses of the Bachelor's Degree.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Para defender el Trabajo Fin de Grado es necesario haber superado las restantes materias de la titulación.

Materias y Dirección de los Trabajos Fin de Grado El TFG puede hacerse sobre cualquiera de las materias del Plan de Estudios del Grado en Marketing. Las propuestas de los TFG las realizan los profesores de dichas materias con el visto bueno del Departamento (que son los responsables académicos de los mismos) al que pertenezcan y que tenga docencia en el Grado. Dichas propuestas serán remitidas al Decanato de la Facultad en un plazo de tiempo establecido al comienzo de cada curso académico, de manera que sean sometidos a aprobación por Junta de Facultad. La oferta de TFG se hará pública, tras la aprobación del Centro. Cada profesor-director organizará las actividades formativas que considere más adecuadas para facilitar a los estudiantes el desarrollo de los trabajos en sus aspectos metodológicos, de documentación y de presentación de manera adecuada a la audiencia y proporcionará a los estudiantes los espacios de trabajo necesarios para su desarrollo. Los profesores-directores de TFG tendrán entre sus obligaciones las siguientes: a) Guiar al alumno en el logro de los objetivos marcados; b) Proporcionar bibliografía específica que facilite la labor de documentación del alumno; c) Discutir con el alumno los resultados y conclusiones obtenidas; d) Ayudar al alumno a preparar la presentación y defensa del TFG. e) Los alumnos, una vez elegido el TFG, deberán acudir a los despachos de los profesores, en sus respectivos horarios de tutoría, para informarse o resolver cualquier duda sobre la realización del mismo. Normas para la elaboración del documento. La extensión y el formato del documento serán fijados por cada profesor-director siguiendo las normas establecidas por el Departamento al que esté adscrito y con docencia en el Grado. Independientemente, se recomienda que tenga una extensión mínima de 60 páginas y una máxima de 70 páginas, excluyendo portada e índice y anexos (estos irán al final del documento). La primera página del documento recogerá la portada del trabajo con el nombre del Centro, la materia (y profesor), nombre del proyecto, nombre del alumno y curso académico. Los documentos estarán encuadernados debidamente.

Presentación y procedimiento de evaluación El documento del TFG puede ser entregado por el alumno en cualquiera de las convocatorias del curso que tiene a su disposición. El alumno deberá entregar su trabajo teniendo en cuenta los plazos de presentación y defensa que se establezcan a tal fin. En cualquier caso la validez de la matrícula del TFG finaliza el último día lectivo del mes septiembre. Aquel alumno que no haya sido evaluado o no haya defendido su trabajo antes de esa fecha deberá volver a matricularse. El alumno presentará, en la Secretaría Académica, junto con los ejemplares del TFG una solicitud de examen del mismo, en dónde figurarán sus datos, su titulación y el visto bueno del profesor-director del TFG. Dicha solicitud será remitida por la Secretaría al Director del Centro. Para la evaluación de los TFG es requisito indispensable la defensa pública del mismo. La Dirección del Centro hará pública, en los plazos establecidos, la fecha, hora y lugar de celebración de cada examen o defensa. La entrega de actas de los TFG estará regida por los tiempos máximos de entrega de actas de calificación en cada convocatoria.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - CG1-Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CG2 - CG2-Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

CG3 - CG3-Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

CG4 - CG4-Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera: comprender y ser capaz de comunicarse en contextos económicos-empresariales en inglés.

CG5 - CG5-Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.

CG6 - CG6-Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG7 - CG7-Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.

CG8 - CG8-Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

CG9 - CG9-Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - CE13-Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CE19 - CE19-Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.

CE20 - CE20-Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de marketing o Plan de Marketing.

CE5 - CE5-Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados

CE9 - CE9-Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AFE2-Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	30	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
MD3-Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
SEE5-Defensa pública	100.0	100.0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	**Categoría**	**Total %**	**Doctores %**	**Horas %**
Universidad Rey Juan Carlos	Profesor Visitante	29.5	44.4	22,3
Universidad Rey Juan Carlos	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	10.7	23.1	32,7
Universidad Rey Juan Carlos	Profesor Contratado Doctor	24.6	100	33,3
Universidad Rey Juan Carlos	Ayudante Doctor	4.1	100	26,4
Universidad Rey Juan Carlos	Profesor Titular de Universidad	27.1	100	35,9
Universidad Rey Juan Carlos	Profesor Titular de Escuela Universitaria	2.5	0	18,6
Universidad Rey Juan Carlos	Profesor Colaborador o Colaborador Diplomado	1.6	50	35,4

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 %
49,73	18,97	90,94

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

La Comisión de Garantía de Calidad de la Titulación decidirá el conjunto de indicadores estandarizados que le permitirá evaluar, de una manera fiable y comprensible, el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes.

Los resultados que pueden ser objeto de medición y análisis son:
- Resultados del aprendizaje
- Resultados de la inserción laboral
- Satisfacción de los grupos de interés (alumnos, profesores, PAS, empresarios, etc.)
- Diagnóstico de necesidades de grupos de interés relativos a la calidad de las enseñanzas

La Comisión de Garantía de Calidad de la Titulación, con esta información, deberá realizar anualmente una memoria donde se incluyan los resultados relativos a:
- Resultados en el profesorado: Encuestas de Valoración Docente
- Resultados en el alumnado: Encuestas de Valoración Docente
- Resultados académicos: Calificaciones de las materias, evaluación de las prácticas externas, y evaluación de los trabajos de fin de Grado
- Resultados de los servicios: Encuestas de calidad de los servicios
- Resultados en la sociedad: Observatorio Laboral

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Asimismo, la memoria incluirá, en caso necesario, la propuesta de acciones de mejora para los cursos posteriores.

A continuación especificamos el procedimiento incluido en el programa AUDIT:

PROCEDIMIENTO PARA LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

1. Objeto

2. Alcance: ámbito de aplicación

3. Documentación de referencia y normativa

4. Definiciones

5. Responsabilidades

6. Desarrollo

7. Seguimiento y medición: medida, análisis y mejora continua

1. OBJETO

El objeto del presente procedimiento es establecer cómo los centros de la Universidad Rey Juan Carlos realizan actuaciones dirigidas a evaluar el aprendizaje de los alumnos en cada una de las materias cursadas.

Este procedimiento únicamente es aplicable al procedimiento de evaluación del aprendizaje de las diferentes materias. Las actuaciones relativas a la evaluación del

Trabajo Fin de Titulación y las Prácticas Externas se regulan en su normativa específica.

2. ALCANCE

Este procedimiento será de aplicación a todos los títulos oficiales (Grados y Postgrados) impartidos en la Universidad Rey Juan Carlos.

3. DOCUMENTOS DE REFERENCIA Y NORMATIVA

- Ley Orgánica 6/2001 de 21 de diciembre, de universidades (LOU)
- Ley Orgánica 4/2007 de 12 de abril por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001 de 21 de diciembre, de Universidades
- Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre que Establece la Ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales
- Estatutos de la Universidad Rey Juan Carlos, según su modificación aprobada por Decreto 28/2010, de 20 de mayo.
- Manual y Procedimientos del SIGC
- Relación de anexos del SIGC
- Normativa interna presente en la web de la Universidad Rey Juan Carlos (Sección Universidad/Subapartado Organización).
- Programa AUDIT
- Criterios y directrices para la Garantía de Calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior
- Guías docentes de las asignaturas
- Normativa de Permanencia
- Modelo de Encuesta de Evaluación Docente de las Asignaturas

4. DEFINICIONES

La evaluación debe verse como un proceso sistemático y continuo mediante el cual se determina el grado en el que se están alcanzando o se han alcanzado los objetivos del aprendizaje y la adquisición por el estudiante de los conocimientos y competencias asociadas a las asignaturas.

Los sistemas de evaluación establecidos, permitirán comprobar que a través de la

realización de las diferentes actividades docentes realizadas durante la titulación, los estudiantes han adquirido los conocimientos, y competencias que se corresponden con los objetivos, competencias y contenidos reflejados en la Memoria de Verificación del Título, alcanzándose los resultados del aprendizaje previstos.

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Las guías docentes de las asignaturas incorporarán la información relativa tanto a las actividades docentes necesarias para desarrollar la enseñanza-aprendizaje de las distintas materias, así como la metodología de evaluación acorde a las actividades propuestas.

5. RESPONSABILIDADES

Departamentos: Revisar los contenidos de las guías docentes de las asignaturas de las cuales es responsable y velar por garantizar el cumplimiento de las obligaciones docentes de sus profesores. Asimismo, deberán revisar los criterios de evaluación de forma que se adecuen a la evaluación continua de las titulaciones.

Comisión de Calidad de la Titulación: Análisis de los indicadores de rendimiento académico de la Titulación y propuesta de mejoras, si procede.

Comisión de Calidad del Centro: Análisis de los indicadores de rendimiento académico de las titulaciones y propuesta de mejoras, si procede.

Personal Docente e Investigador: Información a los alumnos del sistema de evaluación de los aprendizajes en cada asignatura. Evaluación de los alumnos, comunicación de calificaciones y revisión de resultados.

Coordinador/Responsable Académico de titulación: revisión de las guías docentes de las asignaturas.

6. DESARROLLO

Establecimiento del sistema de evaluación

Las guías docentes de las asignaturas incorporarán la información relativa tanto a las actividades formativas necesarias para desarrollar la enseñanza-aprendizaje de las distintas materias, así como los sistemas de evaluación acordes a las actividades propuestas.

El sistema de evaluación aprobado en la Guía Docente deberá contener como mínimo el tipo de actividades de evaluación a realizar y la ponderación de las mismas en la calificación final de la asignatura.

Los profesores de la asignatura actualizarán, siempre que sea necesario, los sistemas de evaluación de su asignatura, antes de su publicación al comienzo del curso académico.

Evaluación de los logros de los estudiantes

Los sistemas de evaluación establecidos, permitirán comprobar que, a través de la realización de las diferentes actividades formativas realizadas durante la titulación, los estudiantes han adquirido los contenidos y competencias reflejados en la Memoria de Verificación del Título, alcanzándose los resultados del aprendizaje previstos.

Los estudiantes de grado a tiempo parcial, según la Normativa de Permanencia vigente, podrán solicitar "Dispensa Académica" que les facilita un plan personalizado de evaluación por parte del profesor de la asignatura.

Publicación de las Actas

Desde el vicerrectorado competente en materia de ordenación académica se envía un email a todos los profesores indicando el último día para el cierre de actas. El profesor responsable de la asignatura cierra el acta antes del día que indica el vicerrectorado. Desde el servicio de estudiantes se revisan las actas que están abiertas para proceder a su cierre.

Reclamaciones sobre las pruebas

Las reclamaciones sobre las pruebas evaluables se regulan en la normativa específica.

7. SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN: MEDIDA, ANÁLISIS Y MEJORA CONTINUA

Para el seguimiento y la medición del proceso se utilizarán, inicialmente, los siguientes indicadores:

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

- Variación del número de tesis doctorales inscritas
- Variación del número de tesis doctorales defendidas
- Variación del número de tesis doctorales con mención de doctor europeo
- Variación del número de tesis doctorales con premio extraordinario de doctorado
- Tasa de rendimiento para estudiantes (grado y postgrado)
- Tasa de éxito para estudiantes (grado y postgrado)
- Duración media de los estudios para estudiantes (grado y postgrado)
- Tasa de graduación para estudiantes (grado y postgrado)

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://www.urjc.es/images/Estudios/Grado/comunes/SIGC-GRADOS.pdf

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN

CURSO DE INICIO	2009

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.

10.2.B. Procedimiento de adaptación de Diplomatura en Ciencias Empresariales

La Comisión de Adaptaciones de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales establecerá el procedimiento para que los estudiantes que actualmente cursan la titulación de Diplomatura en Ciencias Empresariales puedan incorporarse al plan nuevo sin necesidad de cursar todos los módulos y asignaturas. En todo caso, con carácter orientativo se propone la siguiente tabla de adaptaciones.

ADAPTACIONES DE DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES A GRADO EN MARKETING

Diplomatura en Ciencias Empresariales					Grado en Marketing			
Curso	Semestre	Asignatura	Créditos	Adapta	Curso	Semestre	Asignatura	Créditos
1º	1s	Historia Económica	7,5	Adapta	1º	1s	Historia Económica y del Marketing	6,0
					1º	1s	Idiomas	6,0
2º	Anual	Organización y Administración de Empresas	12,0	Adapta	1º	1s	Introducción a la Empresa	6,0
					1º	1s	Marketing y Técnicas de Comunicación Interpersonal	6,0
1º	Anual	Matemáticas Empresariales	12,0	Adapta	1º	1s	Matemáticas aplicadas al Marketing	6,0
1º	1s	Introducción al Derecho Civil	6,0	Adapta	1º	2s	Derecho Civil	6,0
2º	Anual	Estadística Empresarial I	9,0	Adapta	1º	2s	Estadística Aplicada al Marketing	6,0
					1º	2s	Historia del Derecho de las Instituciones Comerciales	6,0
1º	2s	Informática Aplicada a la Gestión de la Empresa	6,0	Adapta	1º	2s	Informática Aplicada al Marketing	6,0
3º	Anual	Dirección Comercial	9,0	Adapta	1º	2s	Introducción al Marketing	6,0
1º	Anual	Contabilidad Financiera	9,0	Adapta	2º	1s	Análisis Económico-Financiero en Marketing I	4,5
2º	2s	Derecho Mercantil	7,5	Adapta	2º	1s	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	4,5
					2º	1s	Economía I: Microeconomía	6,0
					2º	1s	Marketing Estratégico	4,5
					2º	1s	Métodos de Decisión Empresarial	4,5
2º	1s	Sociología de la Empresa	4,5	Adapta	2º	1s	Sociología de la Empresa	6,0
3º	Anual	Dirección Financiera	9,0	Adapta	2º	2s	Análisis Económico-Financiero en Marketing II	4,5
					2º	2s	Comportamiento del Consumidor	4,5
3º	2s	Derecho del Trabajo	6,0	Adapta	2º	2s	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	4,5
					2º	2s	Economía II: Macroeconomía	6,0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

					2º	2s	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	4,5
					2º	2s	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	6,0
					3º	1s	Política de Comunicación y Publicidad Digital	6,0
					3º	1s	Política de Producto	6,0
					3º	1s	Investigación de Mercados I	4,5
					3º	1s	Dirección de Ventas	4,5
					3º	1s	Marketing y Gestión de Calidad	4,5
					3º	1s	MARKETING INTERNO	4,5
					3º	2s	Política de Distribución y Comercio electrónico	6,0
					3º	2s	Política de Precios y Costes	6,0
					3º	2s	Investigación de Mercados II	4,5
					3º	2s	Técnicas de Negociación Comercial	4,5
					3º	2s	Marketing Relacional, Directo e Interactivo	4,5
					3º	2s	Marketing, sistemas de información y automatización basada en datos	4,5
					4º	1s	Plan de Marketing	6,0
					4º	1s	(Opt) Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior	4,5
					4º	1s	(Opt) Marketing Industrial y de Servicios	4,5
					4º	1s	(Opt) Marketing Político	4,5
					4º	1s	(Opt) Marketing Sectorial	4,5
					4º	1s	(Opt) Marketing y Dirección de Comunicación	4,5
					4º	1s	(Opt) Dirección Estratégica	4,5
					4º	1s	(Opt) Dirección de Recursos Humanos (Área Comercial)	4,5
					4º	1s	(Opt) Dirección de Producción	4,5
					4º	1s	(Opt) Derecho Económico Internacional	4,5
					4º	1s	(Opt) Legislación Electoral, Comunicación y Estado de Derecho	4,5
					4º	1s	(Opt) Análisis Económico Internacional	4,5
					4º	1s	(Opt) Análisis y Previsión de Ventas	4,5

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

10.2.B. Procedimiento de adaptación de Licenciatura en Administración y de Dirección de Empresas

La Comisión de Adaptaciones de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales establecerá el procedimiento para que los estudiantes que actualmente cursan la titulación de Licenciado/a en Administración y Dirección de Empresas puedan incorporarse al plan nuevo sin necesidad de cursar todos los módulos y asignaturas. En todo caso, con carácter orientativo se propone la siguiente tabla de adaptaciones.

ADAPTACIONES DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS A GRADO EN MARKETING

Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas					Grado en Marketing			
Curso	Semestre	Asignatura	Créditos	Adapta	Curso	Semestre	Asignatura	Créditos

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

1º	Anual	Contabilidad Financiera	9,0	Adapta	2º	1s	Análisis Económico-Financiero en Marketing I	4,5
1º	Anual	Introducción a la Empresa	9,0	Adapta	1º	1s	Introducción a la Empresa	6,0
1º	Anual	Historia Económica	9,0	Adapta	1º	1s	Historia Económica y del Marketing	6,0
1º	1s	Derecho Civil	6,0	Adapta	1º	2s	Derecho Civil	6,0
1º	1s	Matemáticas	7,5	Adapta	1º	1s	Matemáticas aplicadas al Marketing	6,0
1º	2s	Derecho Mercantil	6,0	Adapta	2º	1s	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	4,5
1º	2s	Introducción a la Macroeconomía	7,5	Adapta	2º	1s	Economía I: Microeconomía	6,0
1º	1s	Introducción a la Microeconomía	7,5	Adapta	2º	2s	Economía II: Macroeconomía	6,0
2º	Anual	Estadística e Introducción a la Econometría I	9,0	Adapta	1º	2s	Estadística Aplicada al Marketing	6,0
2º	2s	Sociología de la Empresa	6,0	Adapta	2º	1s	Sociología de la Empresa	6,0
3º	2s	Derecho del Trabajo	6,0	Adapta	2º	2s	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	4,5
4º	Anual	Dirección Comercial	9,0	Adapta	1º	2s	Introducción al Marketing	6,0
4º	Anual	Dirección Comercial	9,0	Adapta	2º	1s	Marketing Estratégico	4,5
4º	Anual	Dirección Estratégica y Política de Empresa	9,0	Adapta	4º	1s	(Opt) Dirección Estratégica	4,5
4º	1s	Dirección de Producción	6,0	Adapta	4º	1s	(Opt) Dirección de Producción	4,5
5º	Anual	Dirección Financiera	9,0	Adapta	2º	2s	Análisis Económico-Financiero en Marketing II	4,5
5º	1s	Métodos de Decisión Empresarial	6,0	Adapta	2º	2s	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	4,5
					1º	1s	Idiomas	6,0
					1º	1s	Marketing y Técnicas de Comunicación Interpersonal	6,0
					1º	2s	Historia del Derecho de las Instituciones Comerciales	6,0
					1º	2s	Informática Aplicada al Marketing	6,0
					2º	2s	Comportamiento del Consumidor	4,5
					2º	2s	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	6,0
					3º	1s	Dirección de Ventas	4,5
					3º	1s	Investigación de Mercados I	4,5
					3º	1s	MARKETING INTERNO	4,5
					3º	1s	Marketing y Gestión de Calidad	4,5
					3º	1s	Política de Comunicación y Publicidad Digital	6,0
					3º	1s	Política de Producto	6,0
					3º	2s	Investigación de Mercados II	4,5
					3º	2s	Marketing Relacional, Directo e Interactivo	4,5
					3º	2s	Marketing, Sistemas de información y automatizacion basada en datos	4,5

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

					3º	2s	Política de Distribución y Comercio electrónico	6,0
					3º	2s	Política de Precios y Costes	6,0
					3º	2s	Técnicas de Negociación Comercial	4,5
					4º	1s	Plan de Marketing	6,0
4º - 5º		(Opt) Marketing Internacional	6,0	Adapta	4º	1s	(Opt) Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior	4,5
					4º	1s	(Opt) Marketing Industrial y de Servicios	4,5
					4º	1s	(Opt) Marketing Político	4,5
4º - 5º		(Opt) Marketing Sectorial	6,0	Adapta	4º	1s	(Opt) Marketing Sectorial	4,5
4º - 5º		(Opt) Comunicación Comercial	6,0	Adapta	4º	1s	(Opt) Marketing y Dirección de Comunicación	4,5
					4º	1s	(Opt) Derecho Económico Internacional	4,5
					4º	1s	(Opt) Legislación Electoral, Comunicación y Estado de Derecho	4,5
					4º	1s	(Opt) Análisis Económico Internacional	4,5
					4º	1s	(Opt) Análisis y Previsión de Ventas	4,5

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

10.2.C. Procedimiento de adaptación de Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado

La Comisión de Adaptaciones de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales establecerá el procedimiento para que los estudiantes que actualmente cursan la titulación de Licenciado/a en Investigación y Técnicas de Mercado puedan incorporarse al plan nuevo sin necesidad de cursar todos los módulos y asignaturas. En todo caso, con carácter orientativo se propone la siguiente tabla de adaptaciones.

ADAPTACIONES DE LICENCIATURA EN LICENCIATURA EN INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO A GRADO EN MARKETING

Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado					Grado en Marketing			
Curso	Semestre	Asignatura	Créditos	Adapta	Curso	Semestre	Asignatura	Créditos
					1º	1º	Historia Económica y del Marketing	6,0
					1º	1º	Inglés, Francés o Alemán	6,0
					1º	1º	Introducción a la Empresa	6,0
					1º	1º	Matemáticas aplicadas al Marketing	4,5
					1º	2º	Derecho Civil	4,5
1º	1º	Estadística Aplicada	4,5	Adapta	1º	2º	Estadística Aplicada al Marketing	4,5
					1º	2º	Historia del Derecho de las Instituciones Comerciales	6,0
					1º	2º	Informática Aplicada al Marketing	6,0
1º	Anual	Mercadotecnia I	12,0	Adapta	1º	2º	Introducción al Marketing	6,0
					2º	1º	Marketing Estratégico	4,5
					2º	1º	Análisis Económico Financiero del Marketing I	4,5
					2º	1º	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	4,5
					2º	1º	Economía I: Microeconomía	6,0

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

					2º	1º	Psicología Aplicada al Marketing	4,5
					2º	1º	Sociología de la Empresa	6,0
					2º	2º	Análisis Económico Financiero del Marketing II	4,5
1º	1º	Psicosociología del Consumo	4,5	Adapta	2º	2º	Comportamiento del Consumidor	4,5
					2º	2º	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	4,5
					2º	2º	Economía II: Macroeconomía	6,0
					2º	2º	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	4,5
1º-2º	Optativa	Ética de los Negocios (Humanidades)	6,0	Adapta	2º	2º	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	6,0
1º	1º	Comunicación Comercial	7,5	Adapta	3º	1º	Política de Comunicación y Publicidad Digital	6,0
					3º	1º	Política de Producto	6,0
1º	Anual	Investigación de Mercados	9,0	Adapta	3º	1º	Investigación de Mercados I	4,5
					3º	2º	Investigación de Mercados II	4,5
1º	2º	Dirección y Técnicas de Ventas	4,5	Adapta	3º	1º	Dirección de Ventas	4,5
					3º	1º	Marketing y Gestión de Calidad	4,5
					3º	1º	Marketing Interno	4,5
1º-2º	Optativa	Distribución Comercial	6,0	Adapta	3º	2º	Política de Distribución y Comercio electrónico	6,0
					3º	2º	Política de Precios y Costes	6,0
					3º	2º	Técnicas de Negociación Comercial	4,5
1º-2º	Optativa	Marketing Directo	6,0	Adapta	3º	2º	Marketing Relacional, Directo e Interactivo	4,5
					3º	2º	Marketing, Sistemas de Información y automatización basada en datos	4,5
					4º	1º	Plan de Marketing	6,0
					4º	1º	(Opt) Análisis Económico Internacional	4,5
					4º	1º	(Opt) Análisis y Previsión de Ventas	4,5
					4º	1º	(Opt) Derecho Económico Internacional	4,5
1º	2º	Dirección Estratégica	7,5	Adapta	4º	1º	(Opt) Dirección Estratégica	4,5
					4º	1º	(Opt) Dirección de Producción	4,5
1º-2º	Optativa	Recursos Humanos	6,0	Adapta	4º	1º	(Opt) Dirección de Recursos Humanos (Área Comercial)	4,5
					4º	1º	(Opt) Legislación Electoral, Comunicación y Estado de Derecho	4,5
1º-2º	Optativa	Marketing Internacional	6,0	Adapta	4º	1º	(Opt) Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior	4,5
					4º	1º	(Opt) Marketing Industrial y de Servicios	4,5
					4º	1º	(Opt) Marketing Político	4,5
1º-2º	Optativa	Marketing Sectorial	4,5	Adapta	4º	1º	(Opt) Marketing Sectorial	4,5

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

					4º	1º	(Opt) Marketing y Dirección de Comunicación	4,5

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	**ESTUDIO - CENTRO**
3039000-28049225	Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado-Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Madrid
3039000-28049699	Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado-Escuela Superior de Gestión Empresarial y Marketing (ESIC)

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	**NOMBRE**	**PRIMER APELLIDO**	**SEGUNDO APELLIDO**
52095143M	MANUEL	GÉRTRUDIX	BARRIO
DOMICILIO	**CÓDIGO POSTAL**	**PROVINCIA**	**MUNICIPIO**
C/Tulipan s/n	28933	Madrid	Móstoles
EMAIL	**MÓVIL**	**FAX**	**CARGO**
vice.calidad@urjc.es	914888577	914888137	Vicerrector de Calidad, Ética y Buen Gobierno

11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	**NOMBRE**	**PRIMER APELLIDO**	**SEGUNDO APELLIDO**
52095143M	MANUEL	GÉRTRUDIX	BARRIO
DOMICILIO	**CÓDIGO POSTAL**	**PROVINCIA**	**MUNICIPIO**
C/Tulipan s/n	28933	Madrid	Móstoles
EMAIL	**MÓVIL**	**FAX**	**CARGO**
vice.calidad@urjc.es	914888577	914888137	Vicerrector de Calidad, Ética y Buen Gobierno
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Apartado 11: Anexo 1.			

11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título es también el solicitante			
NIF	**NOMBRE**	**PRIMER APELLIDO**	**SEGUNDO APELLIDO**
52095143M	MANUEL	GÉRTRUDIX	BARRIO
DOMICILIO	**CÓDIGO POSTAL**	**PROVINCIA**	**MUNICIPIO**
C/Tulipan s/n	28933	Madrid	Móstoles
EMAIL	**MÓVIL**	**FAX**	**CARGO**
vice.calidad@urjc.es	914888577	914888137	Vicerrector de Calidad, Ética y Buen Gobierno

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 2: Anexo 1

Nombre :2.1. Alegacion_justificacion_convenios.pdf

HASH SHA1 :CADCFFBE8F370E2D5262E560350AACDC064512D2

Código CSV :378662771023817870841040

Ver Fichero: 2.1. Alegacion_justificacion_convenios.pdf

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 4: Anexo 1

Nombre :4.1. Acceso.pdf

HASH SHA1 :2B5B68305FF86E2B2B7E04E91F6E11313E2BC44F

Código CSV :285831054310218082059814

Ver Fichero: 4.1. Acceso.pdf

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5.1. Planificacion.pdf

HASH SHA1 :780C64506812D180C0F35BA748ADEAF0D2835DC6

Código CSV :374334508226660072337977

Ver Fichero: 5.1. Planificacion.pdf

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6.1. Profesorado.pdf

HASH SHA1 :BBDE6B4411971C07371549045F7447EF4A05CF36

Código CSV :378662292113336530763703

Ver Fichero: 6.1. Profesorado.pdf

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 6: Anexo 2

Nombre :6.2. Otros Recursos.pdf

HASH SHA1 :FC0777AA7CCDEF5838B179AB580BAC0C77F574B3

Código CSV :366700362327181845929091

Ver Fichero: 6.2. Otros Recursos.pdf

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7. Recursos Materiales.pdf

HASH SHA1 :A2BCFC864C6EEC2E5941EEEE6DEBFB953FD1353A

Código CSV :366700517998099134195798

Ver Fichero: 7. Recursos Materiales.pdf

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 8: Anexo 1

Nombre :8.2.Justificacion.pdf

HASH SHA1 :853EB269452715E0EC2CA881D5CDD9D2894B81DB

Código CSV :9711627796411226988 2312

Ver Fichero: 8.2.Justificacion.pdf

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 10: Anexo 1

Nombre :10.1. Cronograma.pdf

HASH SHA1 :F50660738891AFEA8CE5412F58D2897D52DF88E0

Código CSV :326596222378416822003742

Ver Fichero: 10.1. Cronograma.pdf

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 11: Anexo 1

Nombre :DELEGACION DE FIRMA_Manuel_completa.pdf

HASH SHA1 :89D2AB144B61D2F06DB12A87C60884755FBEBD78

Código CSV :326590738710283918309868

Ver Fichero: DELEGACION DE FIRMA_Manuel_completa.pdf

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CSV: 379506406714275428409979 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es