IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

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

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE	CENTRO	CÓDIGO CENTRO
ESIC Universidad	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales	28054919
NIVEL	**DENOMINACIÓN CORTA**	
Grado	Marketing	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA		
Graduado o Graduada en Marketing por la ESIC Universidad		
RAMA DE CONOCIMIENTO	**CONJUNTO**	
Ciencias Sociales y Jurídicas	No	
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS	**NORMA HABILITACIÓN**	
No		
SOLICITANTE		
NOMBRE Y APELLIDOS	**CARGO**	
EDUARDO GÓMEZ MARTÍN	Director General	
Tipo Documento	**Número Documento**	
NIF	70884328F	
REPRESENTANTE LEGAL		
NOMBRE Y APELLIDOS	**CARGO**	
EDUARDO GÓMEZ MARTÍN	Director General	
Tipo Documento	**Número Documento**	
NIF	70884328F	
RESPONSABLE DEL TÍTULO		
NOMBRE Y APELLIDOS	**CARGO**	
SEGUNDO HUARTE MARTÍN	Decano	
Tipo Documento	**Número Documento**	
NIF	15233271A	

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
Avenida Valdenigrales SN	28223	Pozuelo de Alarcón	664552303
E-MAIL	**PROVINCIA**		**FAX**
director.general@esic.edu	Madrid		913528534

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 28 de junio de 2019
	Firma: Representante legal de la Universidad

CSV: 351683771027616273055049 - 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 ESIC Universidad	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
ESIC Universidad

LISTADO DE UNIVERSIDADES	
CÓDIGO	UNIVERSIDAD
087	ESIC Universidad

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. ESIC Universidad

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
28054919	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

1.3.2. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

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
220	220	220
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	TIEMPO COMPLETO	
220	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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		
https://esic.edu/documentos/normativa_de_matricula_y_permanencia/universitaria.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	

CSV: 351683771027616273055049 - 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 - 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 - Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG4 - Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera: comprender y ser capaz de comunicarse en contextos económicos-empresariales en inglés.
CG5 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.
CG6 - Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
No existen datos
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
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 - Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada.
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 - Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.
CE5 - Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados.
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 - Conocer y aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones.
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.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE9 - Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.
CE10 - Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.
CE11 - Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.
CE12 - Conocer y ser capaz de desarrollar el proceso de Investigación Comercial.
CE13 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.
CE14 - Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.
CE15 - Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing.
CE16 - Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial.
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 - Ser capaz de gestionar la función de ventas en las organizaciones.
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 - Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de marketing o Plan de Marketing.

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

4.2 Criterios de acceso y condiciones o pruebas de acceso especiales:

REQUISITOS LEGALES GENERALES

Cumple requisitos de acceso según legislación vigente: SI.

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 I 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.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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.

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.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

Pueden solicitar ingreso en el primer curso de los estudios conducentes a la obtención de títulos oficiales 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).

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.

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 Currículo 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.

En relación al proceso de admisión, la normativa de ESIC Universidad es la siguiente:

NORMATIVA DE ADMISIÓN EN LOS ESTUDIOS DE GRADO

1. INGRESO EN ESIC Universidad

A efectos del procedimiento de ingreso, ESIC Universidad tiene consideración de Universidad Privada con su normativa propia de acceso, cumpliendo los requisitos de acceso a los Grados que indica el Decreto 412/2014, de 6 de junio (BOE de 7 de junio).

El cien por cien de las plazas de nuestros estudios en ESIC Universidad se ofertan en igualdad de condiciones para todos los alumnos sin tener en cuenta su Distrito de procedencia o el lugar en que residan.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Pueden solicitar ingreso en el primer curso de los estudios conducentes a la obtención de títulos oficiales impartidos los alumnos que reúnan los requisitos exigidos por la legislación vigente para acceder a la Universidad:

- Estudiantes que hayan superado la Prueba o Evaluación de Acceso a la Universidad o equivalentes (COU anterior al curso 1974/ 1975, Preuniversitario y Examen de Estado) en cualquier universidad española. Incluidas las Pruebas organizadas por la UNED.

- 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 I nternacional, 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.

- Estudiantes extranjeros que NO procedan de sistemas educativos de países de la UE ni con convenio de reciprocidad, con Acreditación UNED, y modalidad de bachillerato acreditada. Sin perjuicio de los requisitos adicionales que puedan exigírseles para la admisión a determinadas enseñanzas

- 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.

- 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).

- Estudiantes que NO hayan superado ninguna prueba de acceso a la universidad, procedentes de sistemas educativos extranjeros y cuyo título se haya homologado al Título de Bachiller del Sistema Educativo español.

Se **EXCLUYEN** del procedimiento general de Admisión:

a. Adaptaciones a Grado: Las solicitudes de estudiantes que cursan estudios en un plan de estudios en proceso de extinción y solicitan la adaptación al estudio de grado equivalente.

b. Las solicitudes de estudiantes pertenecientes a los cupos de acceso a Mayores de 25 años, Mayores de 40 años y Mayores de 45 años.

c. Admisión por continuación de estudios, con traslado de expediente.

d. Convalidaciones parciales de estudios extranjeros.

En estos casos, existe un procedimiento específico para solicitar la admisión.

2. TRÁMITE A SEGUIR

2.1 CÓMO REALIZAR LA SOLICITUD

La solicitud se realizará a través de INTERNET en la página Web habilitada para ello, SOLICITUD DE ADMISIÓN GRADO en ESIC Universidad.

Los estudiantes deben aportar la documentación que se les requiera en las fechas establecidas. La documentación necesaria se subirá cuando realice la admisión, a través de la aplicación habilitada en la web. También se podrá entregar presencialmente en el Dpto. de Admisiones de ESIC Universidad.

Si la solicitud está completa y cumple todos los requisitos, los interesados recibirán el resguardo de la solicitud en su correo electrónico. Por ello, es muy importante asegurarse de que dicha dirección es correcta.

Si por el contrario hiciera falta algún trámite adicional o aportar documentación, en el resguardo de confirmación, se les informará del procedimiento a seguir y la dirección donde enviarla, advirtiéndole que: **Si no se recibe la documentación requerida, la admisión no se validará y quedará excluida del proceso de admisión.**

Una vez recibida la documentación y validada por Dpto. de Admisiones de ESIC Universidad, el estudiante recibirá el documento definitivo de admisión**.**

2.2 LUGAR DE ENVÍO / ENTREGA DE DOCUMENTACIÓN

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

La documentación a aportar, tanto la obligatoria como la específica de cada estudio, podrá adjuntarse telemáticamente en cualquier momento del periodo de admisión. En el caso de que se desee enviarla por correo o entregarla personalmente se hara al Dpto. de Admisiones de ESIC Universidad, en el Campus de Pozuelo de Alarcón.

2.3 PLAZOS (Admisión, lista de admitidos, reclamaciones)

Para todos los tipos de acceso habrá un único plazo de admisión que comprenderá desde diciembre a septiembre de cada año.

La resolución de admitidos se comunicará en un plazo de siete días naturales desde su solicitud. Se informará de manera personalizada, en la forma a determinar por el Dpto. De Admisiones de ESIC Universidad al solicitante.

La validez de la admisión quedará condicionada al carácter firme de las calificaciones obtenidas en las pruebas de acceso y a la veracidad de los datos consignados en el proceso de admisión. En el caso de que la admisión fuera incorrecta, ESIC Universidad resolverá en qué estudios corresponde admitir al alumno si le correspondiese alguno o la inadmisión / expulsión del mismo.

Podrá reclamar ante esa resolución dentro de un plazo de quince días naturales desde la fecha de resolución.

2.4 RECLAMACIONES

Las reclamaciones contra la no admisión, actualización de calificaciones o cambios en la vía se presentarán en ESIC Universidad en el Campus de Pozuelo dentro del plazo establecido.

2.5 DOCUMENTACIÓN NECESARIA

Al grabar su solicitud de admisión via web, si sus datos no están validados por el sistema y no aporta la documentación vía web, recibirá un correo electrónico con el resguardo de confirmación en el que se indicará qué documentos debe aportar y donde debe entregarlos.

Recuerde que la solicitud no estará validada, y, por tanto, no entrará en el reparto de plazas, hasta que la documentación haya sido verificada por la unidad de admisión correspondiente. En ese momento recibirá un correo con el resguardo de validación.

Como norma general, los documentos necesarios son los siguientes:

2.5.1 Todos los alumnos

- DNI, NIE o Pasaporte
- Fotografía en color (tipo carnet)
- Calificaciones Bachillerato
- Documento exigido según grupo de acceso (ver punto 2.5.2)

2.5.2 Según el grupo de acceso (estudios cursados)

GRUPO		ESTUDIOS CURSADOS	DOCUMENTACIÓN
GRUPO 1	**Subgrupo 1.1**	Pruebas / Evaluación de Acceso a la Universidad	Tarjeta de Pruebas o Evaluación de Acceso a la Universidad superadas (deben figurar las calificaciones de todas las materias de las pruebas)
		COU anterior al Curso 1974/75	Libro de Escolaridad
		Preuniversitario	Libro de Escolaridad Tarjeta de Pruebas de Madurez
		Examen de Estado (planes anteriores a 1953)	Libro de escolaridad
		Alumnos procedentes de la UE u otros Estados con convenio	Acreditación expedida por la UNED. (provisional o definitiva)
		Sistemas educativos extranjeros (con pruebas superadas UNED)	Acreditación expedida por la UNED con reconocimiento de modalidad de bachillerato. (provisional o definitiva)
	Subgrupo 1.2	Formación Profesional 2º grado	Certificación académica con calificaciones (divididas por áreas)

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

			Título de Técnico Especialista (o resguardo de la solicitud)
		Módulo Profesional Nivel 3	Certificación académica con calificaciones y nota media final Título de Técnico Especialista (o resguardo de la solicitud)
		Ciclo Formativo Grado Superior	Certificación académica con calificaciones y nota media final Título de Técnico Superior (o resguardo de la solicitud) o Libro de Calificaciones
GRUPO 2		Titulados Universitarios (o equivalentes)	Certificado académico con calificaciones Título Universitario (o resguardo de la solicitud)
GRUPO 3		Bachillerato homologado sin prueba de acceso	Credencial de homologación con nota media final (expedida por el MEFP)

Todos los alumnos subirán la documentación vía web, siendo responsable de la veracidad de los datos facilitados y que la documentación aportada es auténtica.

2.5.3 Documentación adicional para casos / cupos especiales

CASOS	DOCUMENTACIÓN ADICIONAL
Estudiantes con discapacidad	Certificado de grado de discapacidad expedido por el IMSERSO o Comunidad Autónoma correspondiente igual o superior al 33%
Deportistas de alto nivel	Acreditación expedida por el Consejo Superior de Deportes
Deportistas de alto rendimiento	Acreditación expedida por el Consejo Superior de Deportes o Credencial expedida por la Comunidad Autónoma
Familia Numerosa	Fotocopia compulsada del libro o tarjeta de familia numerosa general o especial o título acreditativo
N.E.E. (Necesidades Educativas Especiales)	Certificado de grado de discapacidad expedido por el IMSERSO o Comunidad Autónoma correspondiente.

2.5.4 Documentación adicional según estudios solicitados

ESTUDIOS SOLICITADOS	DOCUMENTACIÓN ADICIONAL
ADE en inglés	Certificado de nivel de idioma B2 con una antigüedad máxima de tres años o Certificado nivel idioma B2 (inglés) emitido por el Centro examinador ESIC-Idiomas.
Marketing en inglés	
Negocios Internacionales	Certificado de nivel de idioma B2 con una antigüedad máxima de tres años o Certificado nivel idioma B2 (inglés) emitido por el Centro examinador ESIC-Idiomas. Si al realizar la solicitud de admisión no se ha alcanzado este nivel, deberá aportar el

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

	documento de compromiso firmado obligándose a obtener el certificado acreditativo de nivel de idioma B2 antes del comienzo del segundo curso.
Dirección y Gestión de Empresas en Ámbito Digital (Bilingüe Español-Inglés)	Certificado de nivel de idioma B2 con una antigüedad máxima de tres años o Certificado nivel idioma B2 (inglés) emitido por el Centro examinador ESIC-Idiomas. Si al realizar la solicitud de admisión no se ha alcanzado este nivel, deberá aportar el documento de compromiso firmado obligándose a obtener el certificado acreditativo de nivel de idioma B2 antes del comienzo del tercer curso.

3. ADJUDICACIÓN DE PLAZAS

3.1 NORMA GENERAL

La adjudicación de plazas se realiza hasta cubrir todas las plazas ofertadas y siguiendo el criterio de admisión que considere la Dirección de ESIC Universidad para cada año.

Plazas ofertadas:

Codigo Titulación	Titulaciones Gado	Plazas ofertadas
0871	Administración y Dirección de Empresas	210
0872	Administración y Dirección de Empresas (Inglés)	
0873	Dirección y Gestión de Empresas en el Ámbito Digital (Digital Business)	120
0874	Marketing	220
0875	Marketing (Inglés)	
0876	Publicidad y Relaciones Públicas	120
0877	Negocios Internacionales (International Business)	50

3.2 CRITERIOS DE VALORACIÓN. NOTA DE ADMISIÓN

Las solicitudes que se encuentren en igualdad de condiciones, según las prioridades que establece la legislación, se ordenarán en función de su nota de admisión, que resultará de la nota de acceso y la suma de las calificaciones ponderadas de las materias establecidas por las Universidades.

Nota de admisión

1. La obtenida en la prueba o evaluación de acceso a la universidad.

1. La resultante de la Acreditación UNED para estudiantes de sistemas educativos de la UE o con convenio de reciprocidad.

1. La obtenida de la Acreditación UNED con MODALIDAD DE BACHILLERATO, para los estudiantes procedentes de sistemas educativos extranjeros que no sean de la UE o países con convenio de reciprocidad.

1. 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 y de añadir, en su caso, la resultante ponderada de la fase voluntaria de la EVAU.

1. 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 y de añadir, en su caso, la resultante ponderada de la fase voluntaria de la EVAU.

1. La nota media del expediente académico de Bachillerato para quienes hayan cursado planes de estudios anteriores al del año 1953 y de añadir, en su caso, la resultante ponderada de la fase voluntaria de la EVAU.

1. La nota media del expediente académico, cuando se acredite estar en posesión de titulación universitaria o equivalente. (GRUPO 2).

1. La nota media del expediente académico de Formación Profesional o equivalente y de añadir, en su caso, la resultante ponderada de la fase voluntaria de la EVAU.

1. La calificación final de bachillerato homologado. (GRUPO 3 -Bachillerato homologado).

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

3.3 REQUISITOS ESPECIALES DE ADMISIÓN

Grados con requisitos específicos de acceso.

Para los Grados en inglés se necesitará acreditar su nivel de inglés mediante Certificado de nivel de idioma B2 con una antigüedad máxima de tres años o Certificado nivel idioma B2 (inglés) emitido por el Centro examinador ESIC-Idiomas.

Para los Grados Bilingües español-inglés se necesitará acreditar su nivel de inglés mediante Certificado de nivel de idioma B2 con una antigüedad máxima de tres años o Certificado nivel idioma B2 (inglés) emitido por el Centro examinador ESIC-Idiomas, antes del comienzo del curso en donde se impartan las materias en inglés.

3.4 CUESTIONES Y PLAZOS ESPECÍFICOS RESPECTO A LAS ACREDITACIONES

Los estudiantes que aporten Acreditación Provisional expedida por la UNED, podrán concurrir al proceso de admisión, pero su admisión tendrá un carácter provisional y estará condicionada a la emisión de la acreditación definitiva de calificaciones.

ACREDITACION PROVISIONAL	PLAZO MÁXIMO ENTREGA DE LA ACREDITACIÓN DEFINITIVA
Acreditación provisional mediante documentos basados en predicciones y estimaciones de resultados expedidos a tal efecto por las instituciones acreditadas por el país de origen	1 de diciembre
Acreditación provisional en la que el estudiante deba presentar la homologación de sus estudios al título de bachillerato español y la resolución de la homologación esté en trámite	**Lo antes posible, siempre antes de la emisión de actas para la primera convocatoria**. Cada Universidad podrá indicar fecha máxima teniendo en cuenta la Orden de 30 de abril de 1996 por la que se adecuan a la nueva ordenación educativa determinados criterios en materia de homologación y convalidación de títulos y estudios extranjeros de niveles no universitarios y se fija el régimen de equivalencias con los correspondientes españoles.

En los casos en los que la acreditación definitiva no otorgue la admisión, bien por la obtención final de una calificación por debajo de la última nota de admitidos en el Grado (nota de corte) bien por resolución no favorable a la solicitud de homologación de Bachiller, se procederá a la resolución de inadmisión y de ineficacia de matrícula y cuantas actuaciones subsiguientes a la misma haya realizado, incluidas las pruebas de evaluación practicadas.

Se recuerda que, cuando se reciba del Ministerio la Credencial definitiva de homologación, **ES NECESARIO QUE SE APORTE INMEDIATAMENTE A LA UNED**, para que puedan expedir la Acreditación definitiva. Una vez se haya conseguido dicha Acreditación, se deberá notificar a ESIC Universidad.

3.5 PLAZAS RESERVADAS

CUPOS	PORCENTAJE	NORMATIVA
Titulados Universitarios (o equivalentes)	1%	
Deportistas Alto Nivel y Deportistas Alto Rendimiento	3%	Para deportistas acreditados por: Consejo Superior de Deportes O Comunidad Autónoma
Estudiantes con discapacidad	5%	33% mínimo de discapacidad o - Menoscabo total del habla O - Pérdida total de audición

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

4. NORMAS DE LAS UNIVERSIDADES DE MADRID

4.1 NORMAS DE PERMANENCIA

https://esic.edu/documentos/normativa_de_matricula_y_permanencia/universitaria.pdf

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5. LEGISLACIÓN BÁSICA

- Los procedimientos que regulan el ingreso en los Centros Universitarios están recogidos en las siguientes disposiciones legales:

- Resolución de 4 de junio de 2001 (BOE de 12 de junio) que establece las normas para el cálculo de la **nota media** de los alumnos que acceden a la Universidad desde la **Formación Profesional**.

- Real Decreto 777/1998, de 30 de abril (BOE de 8 de mayo). Establece los **accesos a la Universidad desde Ciclos** Formativos **Superiores** y sus equivalencias con Ramas de FP2 y Módulos de nivel 3, Orden ECI/2527/2005 de 4 de julio que actualiza y amplia la anterior.

- Resolución de 11 de abril de 2008 (BOE 24 de abril) por el que se establece las normas de conversión de las calificaciones cualitativas en calificaciones numéricas del expediente académico del alumnado de bachillerato y cursos anteriores a la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de mayo, de Ordenación del Sistema Educativo.

- Real Decreto 412/2014, de 6 de junio (BOE de 7 de junio) por el que se establece la normativa básica de los procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de grado.

6. PONDERACIÓN DE ASIGNATURAS

Para la obtención de la NOTA DE ADMISIÓN, se le sumará a la NOTA DE ACCESO las calificaciones de los exámenes o asignaturas que aportase el estudiante, según el caso:

- A los estudiantes de Bachillerato con EvAU superada o equivalente, se le incorporará a su nota de acceso las dos mejores calificaciones de la Fase Voluntaria o de la asignatura Troncal General de Modalidad de la EvAU, dentro de la vigencia de los dos cursos académicos siguientes a su superación, y atendiendo a lo establecido en las tablas de ponderaciones de las Universidades de Madrid.

- A los estudiantes procedentes de sistemas educativos extranjeros con acreditación de la UNED, se les podrá ponderar, dentro de la vigencia de los dos cursos académicos siguientes a su acreditación, las asignaturas superadas de las Pruebas de Competencia Específica y, en el caso de los sistemas de países de la Unión Europea o de países con convenio de reciprocidad, Bachillerato Europeo o Bachillerato Internacional, de las asignaturas reconocidas de los sistemas de procedencia y asignaturas realizadas en la Fase Voluntaria de la EvAU. Todas ellas en función de las tablas de ponderación de las Universidades de Madrid.

- A los estudiantes de Ciclo Formativo o equivalentes, se le sumará las asignaturas superadas en la Fase Voluntaria de la EvAU, dentro de la vigencia de los dos cursos académicos siguientes a su superación, y atendiendo a lo establecido en las tablas de ponderaciones de las Universidades de Madrid.

NOTAS DE CORTE

Código	TITULACIONES DE GRADO	Todos los Grupos en periodo admisión
0871	Administración y Dirección de Empresas	**5,000**
0872	Administración y Dirección de Empresas (Inglés)	**5,000**
0873	Dirección y Gestión de Empresas en el Ámbito Digital (Digital Business)	**5,000**
0874	Marketing	**5,000**
0875	Marketing (Inglés)	**5,000**
0876	Publicidad y Relaciones Públicas	**5,000**
0877	Negocios Internacionales (International Business)	**5,000**

NORMATIVA DE ADMISIÓN

https://esic.edu/documentos/normativa_de_admision/universitaria.pdf

Reglamento para la realización de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros ESIC Universidad

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

En cumplimiento de la normativa vigente, y ante la creciente movilidad de los alumnos, ya existente con anterioridad pero que ha sufrido un aumento importante tras la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, se ve necesario actualizar la reglamentación de un tipo de acceso cada vez con más solicitudes, como es el acceso por convalidación parcial de estudios extranjeros.

Debido a la implantación progresiva de las titulaciones de grado en ESIC Universidad, solo será efectiva la convalidación parcial de estudios extranjeros para aquellas titulaciones, para aquellos cursos y para aquellas asignaturas que estén implantadas en ese curso académico de la resolución de admisión.

Teniendo en cuenta la legislación vigente, se encuentra necesario, desde ESIC Universidad realizar las siguientes directrices para la convalidación parcial de estudios extranjeros.

1. **LEGISLACIÓN APLICABLE**

Para el desarrollo de estas Directrices se tiene que tener en cuenta la siguiente normativa:

- Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre, por el que se establecen los requisitos y el procedimiento para la homologación y declaración de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial y para la convalidación de estudios extranjeros de educación superior.
- Acuerdo de 25 de octubre de 2004, del Consejo de Coordinación Universitaria, por el que se establecen los criterios generales a que habrán de ajustarse las universidades en materia de convalidación y adaptación de estudios cursados en centros académicos españoles o extranjeros.
- Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.
- Reales Decretos 861/2010, de 2 de julio, 43/2015, de 2 de febrero y 195/2016, de 13 de mayo, por los que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.
- 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.

Art.1- ÁMBITO DE APLICACIÓN

Las presentes directrices serán de aplicación para las solicitudes de admisión solicitadas a través de convalidación parcial de estudios extranjeros por alumnos con estudios universitarios extranjeros parciales, o totales que no hayan obtenido la homologación de su título en España.

Art. 2- REQUISITOS

2.1. Los alumnos estarán en disposición de solicitar convalidación parcial de estudios extranjeros siempre que concurra alguna de las siguientes circunstancias:

- Cuando los estudios extranjeros de educación superior realizados cumplan los criterios que fije el Consejo de Universidades y no hayan concluido con la obtención del correspondiente título.
- Cuando los estudios extranjeros de educación superior realizados, cumplan los criterios que fije el Consejo de Universidades, 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 o la equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial.
- Cuando habiéndose solicitado la homologación del título extranjero, esta haya sido denegada, siempre que la denegación no se haya fundado en alguna de las causas recogidas en el artículo 3.2 del Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre, por el que se establecen los requisitos y el procedimiento para la homologación y declaración de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial y para la convalidación de estudios extranjeros de educación superior.

2.2. Los alumnos podrán solicitar convalidación parcial de estudios extranjeros en ESIC Universidad para las titulaciones de grado, sabiendo que, debido a la implantación progresiva de las mismas, ni todos los cursos, ni todas las asignaturas del plan pueden estar activadas hasta la implantación total de la titulación.

2.3. Únicamente se podrán reconocer/convalidar las asignaturas superadas por el alumno siempre que el contenido y la carga lectiva sean equivalentes a las correspondientes asignaturas incluidas en un plan de estudios conducente a la obtención de un título oficial al que pretende acceder.

2.4. Las solicitudes de plazas de estudiantes con estudios universitarios extranjeros, parciales o completos, se resolverán por el Decano de ESIC Universidad de acuerdo con las siguientes reglas:

- La admisión de estudiantes a los que se convalide un mínimo de 30 créditos, se hará de acuerdo con las plazas disponibles. Las plazas a cubrir por este sistema se indicarán en cada curso académico. El orden de adjudicación para todos aquellos estudiantes que cumplan con los requisitos establecidos será el siguiente:
    - Mayor número de créditos reconocidos.
    - Nota media del expediente académico.
- Los estudiantes que no obtengan admisión por convalidación parcial deberán superar la prueba de acceso a las universidades españolas, salvo que los estudios preuniversitarios que les hubiesen sido homologados o convalidados den acceso directo a la universidad sin necesidad de superar pruebas de acceso, sin perjuicio de las prioridades temporales y criterios de valoración establecidos en el 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.

2.5. Para la homologación de estudios preuniversitarios y de bachillerato, los alumnos deberán dirigirse al Ministerio de Educación.

Art. 3- PROCEDIMIENTO

3.1. Los interesados solicitarán la admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros, en el plazo establecido, a través de la plataforma informática de solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros, de acuerdo con lo establecido en estas directrices.

3.2. Revisada la documentación presentada por el interesado, y estando completa la misma, el expediente de solicitud se remitirá, desde el Dpto. de Admisiones al Decano de ESIC Universidad o la persona delegada por él para tal efecto.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

En caso de falta de documentación, se le solicitará la misma al interesado, teniendo un plazo de 15 días para subsanar los errores y las faltas de documentación apreciados. Si en el plazo establecido no se presenta la documentación solicitada, se entenderá como desistida por el interesado la solicitud de convalidación parcial de estudios extranjeros.

3.3. Una vez resueltas, las posibles convalidaciones/reconocimientos de asignaturas por parte de la Comisión correspondiente, el expediente completo se trasladará al Dpto. de Admisión, antes del 15 de julio.

3.4. En el caso de resultar admitido en el grado solicitado el alumno deberá formalizar la matrícula en los plazos y forma que proceda.

Debiendo abonar una cuota establecida para solicitantes de convalidación parcial de estudios extranjeros. El cálculo de esta cuota será establecido por la Dirección de ESIC Universidad cada año.

3.5. En el caso de no cumplir alguno de los requisitos legalmente establecidos, o no tener convalidados/reconocidos el número mínimo de créditos fijado por la normativa vigente o no haber resultado adjudicatario de una plaza en el grado solicitado, el alumno recibirá una resolución negativa.

En este caso podrá ejercer su derecho a la reclamación según lo establecido en la resolución recibida, ante el Decano de ESIC Universidad.

3.6. En el caso de que el alumno solicite un grado impartido en inglés en ESIC Universidad, y obtenga una resolución favorable a su solicitud de admisión, tendrá que realizar una prueba de evaluación de aptitud. Se le comunicará la fecha y el lugar de realización de esa prueba de evaluación después de resolver su solicitud de admisión.

3.7. Teniendo en cuenta la progresiva implantación de los grados en ESIC Universidad, los alumnos que accedan a estos estudios solo se podrán matricular en las asignaturas que estén ofertadas.

Art. 4- PLAZOS

4.1. El plazo de presentación de solicitudes de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros será establecido por ESIC Universidad para cada curso académico, y publicado a través de la página web de la universidad una vez aprobado el mismo.

4.2. La Solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros será previa a la matrícula, ya que la resolución favorable de la misma es la que da acceso a los estudios solicitados.

4.3. La resolución favorable de la solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros quedará sin efecto si el interesado no formaliza la matrícula en el curso académico en el que le fue concedida, o en el siguiente curso académico inmediatamente posterior.

Art.5- DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

5.1. Todos los documentos que se presenten deberán ser oficiales, expedidos por una autoridad competente y legalizados por vía diplomática, en las Embajadas o Consulados de España existentes en cada país de donde procedan los documentos, y con el visto bueno del Ministerio de Asuntos Exteriores de España (no será preciso el visto bueno de Ministerio de Asuntos Exteriores de España en los documentos debidamente legalizados que tengan incorporada la etiqueta transparente de seguridad sobre la última firma de legalización). Se acompañará, en su caso, de su traducción al español realizada por un Traductor Jurado o por un Representante Diplomático.

No necesitarán el visto bueno del Ministerio de Asuntos Exteriores de España los documentos que habiendo sido expedidos en países que han suscrito el Convenio Andrés Bello (Bolivia, Colombia, Chile, Cuba, Ecuador, Panamá, Paraguay, Perú y Venezuela) hubieran sido legalizados por vía diplomática con fecha anterior al 10 de junio de 2013.

No es necesaria la legalización para los documentos expedidos en países de la Unión Europea y espacio Económico Europeo, ni los documentos que estén sellados con la ¿APOSTILLE¿ (Convenio de La Haya).

5.2. La documentación a presentar por el interesado, en su solicitud telemática a través de la plataforma informática de solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros de ESIC Universidad, siendo la siguiente:

- D.N.I., Pasaporte o Tarjeta de Residencia en vigor.
- Certificado acreditativo del nivel y clase de estudios que se pretende convalidar y donde consten las asignaturas cursadas y aprobadas (Certificado Académico).
- Declaración de Equivalencia de la Nota Media del Expediente Académico de estudios cursados en el extranjero, otorgada por el Ministerio español de Educación Cultura y Deporte. Esta declaración se solicita en la dirección web:

http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/general/educacion/203615/ficha.html

- Plan de estudios o cuadro de materias, expedido o publicado por el Centro correspondiente, comprensivo de las asignaturas que se exigen para alcanzar la titulación de origen que se pretende convalidar, sellado por el centro de procedencia.
- Programa de cada una de las asignaturas a convalidar, en el que figure el contenido y la amplitud con que han sido cursadas, sellado por el centro de procedencia.
- En caso de estudios parciales, declaracióinn jurada de no haber finalizados los estudios que se quieren convalidar.
- En caso de estudios totales:
    - Denegación de homologación del Ministerio de Educación. por causa distinta de las mencionadas el artículo 3.2 del Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre (BOE de 22 de noviembre), en la que conste expresamente la posibilidad de convalidar parcialmente.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

- Declaración jurada de que no se ha iniciado simultáneamente un procedimiento de homologación o de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial del título en España.

5.3. Para los estudiantes que no sean nacionales de estados que tengan como lengua oficial el castellano, ESIC Universidad podrá establecer la prueba de idioma que consideren oportuna.

Art. 6- RESOLUCIÓN

6.1. Finalizado el proceso de revisión de expediente para la convalidación/reconocimiento, la Comisión de Convalidación Parcial de Estudios Extranjeros remitirá informe al Dpto. de Admisión, quién emitirá una carta de aceptación o denegación de la convalidación parcial de estudios extranjeros que será remitida al alumno.

6.2. Los interesados podrán formular las reclamaciones que estimen oportunas ante el Decano.

2.- Otras formas de acceso:

2.- Otras formas de acceso

2.1- Pruebas de Acceso para Mayores de 25 años:

ACCESO A MAYORES DE 25 AÑOS

LEGISLACIÓN

La legislación por la que se regula la Prueba de Acceso a la Universidad para mayores de 25 años en ESIC Universidad se rige por el 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 y por la RESOLUCIÓN de 26 de noviembre de 2014, de la Dirección General de Universidades e Investigación, por la que se da publicidad al Acuerdo de la Comisión Organizadora por el que se dictan las normas e instrucciones reguladoras de la prueba de acceso a la universidad para mayores de veinticinco años en el ámbito de la Comunidad de Madrid (BOCM del lunes 15 de diciembre de 2014)

CONDICIONES Y REQUISITOS

- Solo podrán concurrir a la citada prueba de acceso:
  - Quienes cumplan, o hayan cumplido, los 25 años de edad durante el año en el que se celebre la Prueba
  - Quienes no cuenten ya con un título que les dé acceso a la Universidad.

- Los candidatos que realicen la Prueba de Acceso para mayores de 25 años en ESIC-Universidad y quieran matricularse, deberán resultar APTOS en dichas pruebas y, posteriormente, superar el proceso de admisión de ESIC Universidad establecido para todos los posibles alumnos. Estos alumnos quedarán exentos de abonar la apertura de expediente, para el caso de los Grados.

ESTRUCTURA DE LA PRUEBA

- PRUEBA COMÚN: Constará de tres ejercicios:
  - **Comentario de texto**
  - **Lengua castellana**
  - **Lengua extranjera (inglés)**
- PRUEBA ESPECÍFICA: Opciones y modelos de examen:

A) ARTES Y HUMANIDADES	• **Historia de España** • **Historia del Arte** • **Historia de la Filosofía**
B) CIENCIAS	• **Matemáticas II** • **Física** • **Química**
C) CIENCIAS DE LA SALUD	• **Química** • **Biología** • **Matemáticas II**
D) CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS	• **Matemáticas aplicadas a las CC Sociales** • **Historia de España** • **Historia de la Filosofía**
E) INGENIERÍA Y ARQUITECTURA	• **Matemáticas II** • **Física** • **Química**

CALIFICACIÓN DE LAS PRUEBAS DE ACCESO

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Cada una de las materias objeto de examen será calificada de 0 a 10 puntos y expresada con 2 cifras decimales.

La calificación definitiva será la media aritmética de las calificaciones obtenidas en la fase general y en la específica. El candidato ha superado la prueba de acceso cuando obtenga un mínimo de 5 puntos en la calificación final, no pudiéndose en ningún caso promediar cuando no se obtenga una puntuación mínima de 4 puntos tanto en la fase general como en la específica.

Una vez publicadas las calificaciones, se concederá un plazo de tres días hábiles para presentar reclamación dirigida al Rector.

INSCRIPCIÓN EN LA PRUEBA

La inscripción en la PRUEBA DE ACCESO 25 incluye la documentación de estudio. Para ello el alumno tendrá que elegir previamente las opciones de estudio por las que vaya a presentarse.

Si el alumno una vez superada la PRUEBA DE ACCESO 25 y las Pruebas de Admisión ESIC-Universidad, decide matricularse en un Grado, no tendría que abonar las tasas correspondientes a la apertura de expediente.

Se realizará en cada curso una única convocatoria para mayores de veinticinco años que tendrá lugar entre el 1 de marzo y el 30 de abril del año de la convocatoria.

2.2.- Pruebas de Acceso para Mayores de 40 años:

ACCESO A MAYORES DE 40 AÑOS

LEGISLACIÓN

La legislación por la que se regula la Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 40 años, es:

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

En el Capítulo V, Artículo 36. Acceso mediante acreditación de experiencia laboral o profesional.

1. Podrán acceder a la universidad por esta vía quienes cumplan los requisitos establecidos en la presente norma.

2. Sólo podrán acceder por esta vía los candidatos con experiencia laboral y profesional en relación con una enseñanza, que no posean ninguna titulación académica habilitante para acceder a la universidad por otras vías y cumplan o hayan cumplido los 40 años de edad antes del día 1 de octubre del año de comienzo del curso académico.

3. El acceso se realizará respecto a unas enseñanzas concretas, ofertadas por la universidad, a cuyo efecto el interesado dirigirá la correspondiente solicitud al Rector de la universidad.

4. A efectos de lo dispuesto en este artículo, las universidades incluirán en la memoria del plan de estudios verificado, de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, los criterios de acreditación y ámbito de la experiencia laboral y profesional en relación con cada una de las enseñanzas, de forma que permitan ordenar a los solicitantes. Entre dichos criterios se incluirá, en todo caso, la realización de una entrevista personal con el candidato. Artículo 37. Acceso a la universidad para mayores de 45.

ESTRUCTURA DE LA PRUEBA

Una vez finalizado el plazo de presentación de solicitudes de inscripción se remitirán a las distintas Comisiones Evaluadoras y se publicará en la página web de la Universidad, en el apartado de Pruebas de Acceso para mayores de 40.

Posteriormente será la Comisión Evaluadora la que convoque a los candidatos para la realización de la entrevista. Los horarios y el lugar de la entrevista se publicarán en la página web de la Universidad.

La entrevista tendrá una duración no superior a 10 minutos, en la que los candidatos deben defender la adecuación de su perfil y experiencia profesional a la titulación/es a las cuáles desean acceder.

Se considerará que el candidato ha superado el acceso por ésta vía cuando obtenga una calificación igual o superior a cinco puntos, lo cual no garantiza la obtención de plaza en la titulación elegida, ya que es un proceso de concurrencia competitiva.

INSCRIPCIÓN EN LA PRUEBA

Para poder inscribirse en la prueba de mayores de 40 años, los interesados tendrán que presentar en el plazo del 15 al 25 enero del año de la convocatoria

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

El impreso de solicitud de inscripción será facilitado por la Universidad (documento en pdf). En dicho impreso se hará constar las enseñanzas concretas por la universidad para las que solicita el acceso:

- Impreso normalizado de presentación de curriculum vitae, en el que el candidato consignará la experiencia que quiera acreditar junto con los títulos, cursos, etc.
- Original y fotocopia legible del Documento Nacional de Identidad, si es de nacionalidad española, o de la Tarjeta de Identidad de Extranjero, de tener otra nacionalidad.
- Declaración jurada de no estar en posesión de ninguna titulación académica habilitante para acceder a la universidad por otras vías.
- Informe de vida laboral

Toda la documentación se presentará en el Dpto. de Admisión de ESIC-Universidad.

El día 1 de febrero del año de la convocatoria saldrá publicada en la página web, el día lugar y hora exacta en la que los alumnos están convocados.

Las entrevistas se realizarán a partir del 15 de febrero en ESIC-Universidad, publicación de notas el 25 febrero del año de la convocatoria.

2.3.- Pruebas de Acceso para Mayores de 45 años:

ACCESO A MAYORES DE 45 AÑOS

LEGISLACIÓN

La legislación por la que se regula la Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 45 años, es:

- 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
- RESOLUCIÓN de 26 de noviembre de 2014, de la Dirección General de Universidades e Investigación, por la que se da publicidad al acuerdo de la Comisión Organizadora por el que se dictan las normas e instrucciones reguladoras de la prueba de acceso a la Universidad para mayores de 45 años en el ámbito de la Comunidad de Madrid (BOCM del lunes 15 de diciembre de 2014).

CONDICIONES Y REQUISITOS

- Sólo podrán concurrir a la citada prueba de acceso quienes cumplan, o hayan cumplido, los 45 años de edad antes del día 1 de octubre del año natural en que aquella se celebre y no cuenten ya con un título que les dé acceso a la Universidad.

- Los candidatos podrán realizar la prueba de acceso para mayores de 45 años, en la universidad de su elección, siempre que existan en ésta los estudios que deseen cursar. El candidato solo se podrá matricular en la Universidad donde haya realizado las Pruebas de acceso para mayores de 45 años.

- No se podrá realizar la prueba de acceso para mayores de 45, para un mismo curso académico, en más de una universidad. En caso contrario, quedarán automáticamente anuladas todas las pruebas realizadas.

ESTRUCTURA DE LA PRUEBA

- FASE 1: Consta de dos ejercicios escritos
    - Lengua castellana
    - Comentario de texto

La calificación final de esta fase será la media aritmética de las calificaciones obtenidas en cada ejercicio, que serán calificados de 0 a 10 puntos, expresad con dos cifras decimales, no pudiendo promediar si en cada uno de ellos no se alcanza la calificación de 4 puntos. Se considerará superada esta fase si el candidato obtiene un mínimo de 5 puntos en la calificación final.

- FASE 2: Entrevista personal
    - Los candidatos que hayan superado los ejercicios de la primera fase serán convocados a una entrevista personal en la que se platearán cuestiones generales sobre el currículum del candidato, con el fin de conocer su motivación y detectar sus habilidades y competencias básicas para hacer frente a los estudios universitario que desea realizar
    - Del resultado de la entrevista se elevará una resolución de apto o no apto para el acceso a los estudios solicitados, otorgándose en caso de aptitud y como calificación final de la Prueba la obtenida en la fase de los ejercicios escritos.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

INSCRIPCIÓN EN LA PRUEBA

La inscripción en la PAU45 incluye la documentación de estudio.

Si el alumno una vez superada la PAU45 decide matricularse en un Grado sí tendrá que abonar las tasas correspondientes a la apertura de expediente, o reserva de plaza.

Se realizará en cada curso una única convocatoria para mayores de veinticinco años que tendrá lugar entre el 1 de marzo y el 30 de abril del año de la convocatoria.

https://esic.edu/documentos/normativa_de_admision_mayores_25_40_45/universitaria.pdf

NORMATIVA DE ADMISIÓN POR TRASLADO

https://esic.edu/documentos/normativa_de_admision_por_traslado/universitaria.pdf

NORMATIVA DE PERMANENCIA

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

https://esic.edu/documentos/normativa_de_matricula_y_permanencia/universitaria.pdf

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 ESIC Universidad, referidos en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre.

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, 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.

2.5. Los Estudiantes a Tiempo Parcial podrán solicitar al Decanato y Dirección Académica del Área, a través de Ordenación Académica 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, se comunicará desde Ordenación Académica.

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.

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

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.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 a la Universidad 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 como 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, se 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 ESIC Universidad 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, la Universidad 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 semestre se calificarán en el acta de evaluación ordinaria en las fechas establecidas en el calendario académico oficial aprobado.

6.5. Las asignaturas correspondientes al segundo semestre se calificarán en el acta ordinaria en las fechas establecidas en el calendario académico oficial aprobado.

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.

Disposición Final

La presente normativa se publicará al día siguiente de su aprobación.

NORMATIVA Y PROCEDIMIENTOS PARA ALUMNOS EN EL GRUPO EN INGLÉS.

Los alumnos que se decanten por estudiar una carrera en inglés en ESIC Universidad 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 en inglés 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 ESIC Idiomas de la Universidad. 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 sufi-

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ciente 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.

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, ESCUELA OFICIAL DE IDIOMAS)**, 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				

Reglamento para la realización de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros ESIC Universidad

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En cumplimiento de la normativa vigente, y ante la creciente movilidad de los alumnos, ya existente con anterioridad pero que ha sufrido un aumento importante tras la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, se ve necesario actualizar la reglamentación de un tipo de acceso cada vez con más solicitudes, como es el acceso por convalidación parcial de estudios extranjeros.

Debido a la implantación progresiva de las titulaciones de grado en ESIC Universidad, solo será efectiva la convalidación parcial de estudios extranjeros para aquellas titulaciones, para aquellos cursos y para aquellas asignaturas que estén implantadas en ese curso académico de la resolución de admisión.

Teniendo en cuenta la legislación vigente, se encuentra necesario, desde ESIC Universidad realizar las siguientes directrices para la convalidación parcial de estudios extranjeros.

1. **LEGISLACIÓN APLICABLE**

Para el desarrollo de estas Directrices se tiene que tener en cuenta la siguiente normativa:

- Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre, por el que se establecen los requisitos y el procedimiento para la homologación y declaración de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial y para la convalidación de estudios extranjeros de educación superior.
- Acuerdo de 25 de octubre de 2004, del Consejo de Coordinación Universitaria, por el que se establecen los criterios generales a que habrán de ajustarse las universidades en materia de convalidación y adaptación de estudios cursados en centros académicos españoles o extranjeros.
- Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.
- Reales Decretos 861/2010, de 2 de julio, 43/2015, de 2 de febrero y 195/2016, de 13 de mayo, por los que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.
- 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.

Art.1- ÁMBITO DE APLICACIÓN

Las presentes directrices serán de aplicación para las solicitudes de admisión solicitadas a través de convalidación parcial de estudios extranjeros por alumnos con estudios universitarios extranjeros parciales, o totales que no hayan obtenido la homologación de su título en España.

Art. 2- REQUISITOS

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

2.1. Los alumnos estarán en disposición de solicitar convalidación parcial de estudios extranjeros siempre que concurra alguna de las siguientes circunstancias:

- Cuando los estudios extranjeros de educación superior realizados cumplan los criterios que fije el Consejo de Universidades y no hayan concluido con la obtención del correspondiente título.
- Cuando los estudios extranjeros de educación superior realizados, cumplan los criterios que fije el Consejo de Universidades, 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 o la equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial.
- Cuando habiéndose solicitado la homologación del título extranjero, esta haya sido denegada, siempre que la denegación no se haya fundado en alguna de las causas recogidas en el artículo 3.2 del Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre, por el que se establecen los requisitos y el procedimiento para la homologación y declaración de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial y para la convalidación de estudios extranjeros de educación superior.

2.2. Los alumnos podrán solicitar convalidación parcial de estudios extranjeros en ESIC Universidad para las titulaciones de grado, sabiendo que, debido a la implantación progresiva de las mismas, ni todos los cursos, ni todas las asignaturas del plan pueden estar activadas hasta la implantación total de la titulación.

2.3. Únicamente se podrán reconocer/convalidar las asignaturas superadas por el alumno siempre que el contenido y la carga lectiva sean equivalentes a las correspondientes asignaturas incluidas en un plan de estudios conducente a la obtención de un título oficial al que pretende acceder.

2.4. Las solicitudes de plazas de estudiantes con estudios universitarios extranjeros, parciales o completos, se resolverán por el Decano de ESIC Universidad de acuerdo con las siguientes reglas:

- La admisión de estudiantes a los que se convalide un mínimo de 30 créditos, se hará de acuerdo con las plazas disponibles. Las plazas a cubrir por este sistema se indicarán en cada curso académico. El orden de adjudicación para todos aquellos estudiantes que cumplan con los requisitos establecidos será el siguiente:
    - Mayor número de créditos reconocidos.
    - Nota media del expediente académico.
- Los estudiantes que no obtengan admisión por convalidación parcial deberán superar la prueba de acceso a las universidades españolas, salvo que los estudios preuniversitarios que les hubiesen sido homologados o convalidados den acceso directo a la universidad sin necesidad de superar pruebas de acceso, sin perjuicio de las prioridades temporales y criterios de valoración establecidos en el 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.

2.5. Para la homologación de estudios preuniversitarios y de bachillerato, los alumnos deberán dirigirse al Ministerio de Educación.

Art. 3- PROCEDIMIENTO

3.1. Los interesados solicitarán la admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros, en el plazo establecido, a través de la plataforma informática de solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros, de acuerdo con lo establecido en estas directrices.

3.2. Revisada la documentación presentada por el interesado, y estando completa la misma, el expediente de solicitud se remitirá, desde el Dpto. de Admisiones al Decano de ESIC Universidad o la persona delegada por él para tal efecto.

En caso de falta de documentación, se le solicitará la misma al interesado, teniendo un plazo de 15 días para subsanar los errores y las faltas de documentación apreciados. Si en el plazo establecido no se presenta la documentación solicitada, se entenderá como desistida por el interesado la solicitud de convalidación parcial de estudios extranjeros.

3.3. Una vez resueltas, las posibles convalidaciones/reconocimientos de asignaturas por parte de la Comisión correspondiente, el expediente completo se trasladará al Dpto. de Admisión, antes del 15 de julio.

3.4. En el caso de resultar admitido en el grado solicitado el alumno deberá formalizar la matrícula en los plazos y forma que proceda.

Debiendo abonar una cuota establecida para solicitantes de convalidación parcial de estudios extranjeros. El cálculo de esta cuota será establecido por la Dirección de ESIC Universidad cada año.

3.5. En el caso de no cumplir alguno de los requisitos legalmente establecidos, o no tener convalidados/reconocidos el número mínimo de créditos fijado por la normativa vigente o no haber resultado adjudicatario de una plaza en el grado solicitado, el alumno recibirá una resolución negativa.

En este caso podrá ejercer su derecho a la reclamación según lo establecido en la resolución recibida, ante el Decano de ESIC Universidad.

3.6. En el caso de que el alumno solicite un grado impartido en inglés en ESIC Universidad, y obtenga una resolución favorable a su solicitud de admisión, tendrá que realizar una prueba de evaluación de aptitud. Se le comunicará la fecha y el lugar de realización de esa prueba de evaluación después de resolver su solicitud de admisión.

3.7. Teniendo en cuenta la progresiva implantación de los grados en ESIC Universidad, los alumnos que accedan a estos estudios solo se podrán matricular en las asignaturas que estén ofertadas.

Art. 4- PLAZOS

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

4.1. El plazo de presentación de solicitudes de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros será establecido por ESIC Universidad para cada curso académico, y publicado a través de la página web de la universidad una vez aprobado el mismo.

4.2. La Solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros será previa a la matrícula, ya que la resolución favorable de la misma es la que da acceso a los estudios solicitados.

4.3. La resolución favorable de la solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros quedará sin efecto si el interesado no formaliza la matrícula en el curso académico en el que le fue concedida, o en el siguiente curso académico inmediatamente posterior.

Art.5- DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

5.1. Todos los documentos que se presenten deberán ser oficiales, expedidos por una autoridad competente y legalizados por vía diplomática, en las Embajadas o Consulados de España existentes en cada país de donde procedan los documentos, y con el visto bueno del Ministerio de Asuntos Exteriores de España (no será preciso el visto bueno de Ministerio de Asuntos Exteriores de España en los documentos debidamente legalizados que tengan incorporada la etiqueta transparente de seguridad sobre la última firma de legalización). Se acompañará, en su caso, de su traducción al español realizada por un Traductor Jurado o por un Representante Diplomático.

No necesitarán el visto bueno del Ministerio de Asuntos Exteriores de España los documentos que habiendo sido expedidos en países que han suscrito el Convenio Andrés Bello (Bolivia, Colombia, Chile, Cuba, Ecuador, Panamá, Paraguay, Perú y Venezuela) hubieran sido legalizados por vía diplomática con fecha anterior al 10 de junio de 2013.

No es necesaria la legalización para los documentos expedidos en países de la Unión Europea y espacio Económico Europeo, ni los documentos que estén sellados con la ¿APOSTILLE¿ (Convenio de La Haya).

5.2. La documentación a presentar por el interesado, en su solicitud telemática a través de la plataforma informática de solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros de ESIC Universidad, siendo la siguiente:

- D.N.I., Pasaporte o Tarjeta de Residencia en vigor.
- Certificado acreditativo del nivel y clase de estudios que se pretende convalidar y donde consten las asignaturas cursadas y aprobadas (Certificado Académico).
- Declaración de Equivalencia de la Nota Media del Expediente Académico de estudios cursados en el extranjero, otorgada por el Ministerio español de Educación Cultura y Deporte. Esta declaración se solicita en la dirección web:

http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/general/educacion/203615/ficha.html

- Plan de estudios o cuadro de materias, expedido o publicado por el Centro correspondiente, comprensivo de las asignaturas que se exigen para alcanzar la titulación de origen que se pretende convalidar, sellado por el centro de procedencia.
- Programa de cada una de las asignaturas a convalidar, en el que figure el contenido y la amplitud con que han sido cursadas, sellado por el centro de procedencia.
- En caso de estudios parciales, declaracióonn jurada de no haber finalizados los estudios que se quieren convalidar.
- En caso de estudios totales:
    - Denegación de homologación del Ministerio de Educación. por causa distinta de las mencionadas el artículo 3.2 del Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre (BOE de 22 de noviembre), en la que conste expresamente la posibilidad de convalidar parcialmente.
    - Declaración jurada de que no se ha iniciado simultáneamente un procedimiento de homologación o de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial del título en España.

5.3. Para los estudiantes que no sean nacionales de estados que tengan como lengua oficial el castellano, ESIC Universidad podrá establecer la prueba de idioma que consideren oportuna.

Art. 6- RESOLUCIÓN

6.1. Finalizado el proceso de revisión de expediente para la convalidación/reconocimiento, la Comisión de Convalidación Parcial de Estudios Extranjeros remitirá informe al Dpto. de Admisión, quién emitirá una carta de aceptación o denegación de la convalidación parcial de estudios extranjeros que será remitida al alumno.

6.2. Los interesados podrán formular las reclamaciones que estimen oportunas ante el Rector.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

ESIC Universidad, 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.- Plan de Acción Tutorial (Programa de Tutorías Integrales (PTI) en URJC): El Plan de Acción Tutorial es un mecanismo de acogida, orientación, integración y apoyo para los estudiantes.

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.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

2.- Jornada de Bienvenida al estudiante (Jornadas de Acogida en URJC): Las Jornadas de Acogida consistirán en un Acto de Bienvenida y Presentación por parte de ESIC Universidad, encuentro con los tutores integrales de grupo, y visita a las principales instalaciones del campus.

3.- La Unidad de Desarrollo Profesional (UDP) (La Oficina de Egresados en URJC): tiene como objetivo establecer una estrategia de seguimiento a egresados de ESIC Universidad 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 ESIC Alumni y la Universidad en general.

La UDP (Unidad de Desarrollo Profesional): 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 (a través de ESIC Emprendedores).

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

El Plan Estratégico de Empleo y Emprendimiento va dirigido a los egresados 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 de ESIC Universidad (**www.esic.edu/empleabilidad** y **www.esic.edu/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, 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 (a través de la Unidad de Diversidad), por lo que hay un espacio específico sobre empleo y discapacidad. Asimismo, se cuenta con un observatorio de situación laboral con el que se pretende el seguimiento de la empleabilidad y trayectoria profesional de los egresados.

4.- Unidad de Diversidad (Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en URJC): tiene como objetivo ofrecer apoyo, asesoramiento y asistencia en materia de integración socio laboral a aquellas personas de la comunidad universitaria que presenten cualquier diversidad funcional como consecuencia de una discapacidad. La Unidad de Diversidad 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 Unidad de Diversidad se encuentran reguladas por Normativa Propia de ESIC Universidad a fin de clarificar el compromiso adquirido por la Universidad 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 Unidad de Diversidad, tal como se presenta en su web (**www.esic.edu/institucion/diversidad/**), incluyen:

- Accesibilidad física, administrativa y de comunicación.
- Formación docente en materia de discapacidad.
- MASESIC (Extensión Universitaria y Servicio Social en URJC).
- Asesoramiento para el acceso, desempeño y mantenimiento del empleo.

Una vez abordados todas las áreas anteriormente expuestas, ESIC Universidad 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.

ATENCIÓN AL ALUMNO

ESIC, 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, recogidos en la web bajo el epígrafe ¿ Atención al Estudiante¿

1.- **Cursos Cero:** para ayudar a los alumnos a eliminar las posibles deficiencias de conocimientos con las que pueden encontrarse al iniciar estudios en determinadas titulaciones, ESIC anualmente realiza los Cursos Cero de preparación. El contenido de estos cursos se determina tanto por los resultados de las pruebas realizadas al inicio, como por las sugerencias recibidas por los Tutores de Curso y el Director/ Coordinador de la Titulación.

2.- **Programa de Tutorías:** ESIC cuenta con un Plan de Acción Tutorial (P.A.T.) para la ¿acogida¿ al alumno del Grado en Marketing en su proceso de ingreso y adaptación a la Escuela.

Al inicio del curso, se le asignará a cada alumno y alumna un Tutor, que será su referente en los ámbitos personal y académico. Ambos mantendrán una serie de reuniones y entrevistas de orientación durante el curso escolar, con el objeto de llevar un correcto seguimiento y que el alumno se encuentre arropado en su proceso de adaptación a la vida universitaria.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Las funciones del Tutor serán las de dar a conocer al alumno la Escuela (filosofía y recursos), facilitarle información del Grado en Marketing, dinamizar su proceso universitario y posibilitar su integración tanto grupal como personal.

3.- **Departamento de Prácticas y Carreras Profesionales (Unidad de Desarrollo Profesional):** es un servicio de ESIC, cuyo fin es potenciar la cooperación estrecha entre la Universidad y la empresa para favorecer la calidad en la formación y el empleo de los estudiantes de la Universidad. En su labor dirigida a los estudiantes universitarios, les provee de información sobre convocatorias de oferta de empleo público y privado, planes de estudios, salidas profesionales, inclusión en la bolsa de empleo, orientación profesional y prácticas en empresas. En relación a los alumnos ya titulados les ofrece información sobre ofertas de empleo, estudios de especialización, master, etc. Asimismo realiza labores de asesoramiento en la elaboración del *curriculum vitae*, facilita ofertas de cursos de formación especializada orientados a mejorar el desarrollo profesional y la inserción en el mundo laboral y realiza anualmente foros de empleo que sirvan de encuentro directo entre las empresas y los alumnos.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS	
Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias	
MÍNIMO	**MÁXIMO**
0	36
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

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:

1. 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

2. 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: 351683771027616273055049 - 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

3. 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.

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.

Art 13 (RD 1393/2007): 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:

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

El RD 1393/2007 establece lo siguiente: Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento un número de créditos que sea al menos el 15 por ciento del total de los créditos del título, correspondientes a materias de formación básica de dicha 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:

https://esic.edu/documentos/normativa_de_transferencia_y_reconocimiento_de_creditos/universitaria.pdf

A continuación, se adjunta el Reglamento de ESIC Universidad.

REGLAMENTO DE ESIC-UNIVERSIDAD PARA LAS CONVALIDACIONES, RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

BLOQUE I. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El artículo 36 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, modificado por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, dispone que el Gobierno, previo informe del Consejo de Universidades, regulará los criterios generales a que habrán de ajustarse las Universidades en materia de convalidación y adaptación de estudios cursados en centros académicos españoles o extranjeros.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

La Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2201, de 21 de diciembre, de Universidades, introduce la posibilidad de validar a efectos académicos, la experiencia laboral o profesional, siguiendo los criterios y recomendaciones de las declaraciones europeas.

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, señala en su artículo 6 que ¿las universidades elaborarán y harán pública su normativa sobre el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos, con sujeción a los criterios generales que sobre el particular se establecen en este real decreto.

En el mencionado Real Decreto 1393/2007, se recoge y desarrolla la figura del reconocimiento de créditos, mediante la cual se produce la aceptación por parte de una Universidad de los créditos obtenidos en otras enseñanzas oficiales, de tal modo que sean computados a efectos de la obtención de un Título Oficial.

El Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre, que regula el reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior.

También se establece la transferencia de créditos que implica la inclusión en los documentos académicos oficiales de la totalidad de los créditos obtenidos por el alumno en enseñanzas oficiales que no hayan conducido a la obtención de un Título Oficial.

BLOQUE II. CONSIDERACIONES GENERALES

Objetivo

Para que los alumnos que se matriculan en ESIC Universidad habiendo ya iniciado estudios universitarios o habiendo obtenido CFGS (con independencia de la modalidad de acceso Preinscripción o Traslado) pueden solicitar la convalidación /equivalencia de asignaturas aprobadas en la Titulación anterior.

Proceso de admisión de alumnos solicitantes de convalidaciones

El mismo que cualquier otro alumno que acceda mediante preinscripción o traslado.

Petición oficial de Convalidaciones, plazos y documentación.

Una vez que el alumno abona la reserva de plaza, se le trata como un alumno más de nuevo ingreso, según el procedimiento establecido.

Al ya disponer del acceso al Campus Virtual de ESIC-Universidad, podrá solicitar la convalidación/equivalencia oficial de asignaturas a través de la plataforma creada para ello. El alumno tendrá que solicitar la convalidación antes de formalizar la matrícula, dentro de un periodo establecido para ello por la Dirección de ESIC-Universidad.

Debiendo seguir los pasos establecidos en la plataforma:

1. Acceder a la plataforma, validarse como alumno.
2. Introducción de los datos de la Titulación de procedencia: nacional o extranjera, universidad y titulación.
3. Se oferta la Titulación que cursará en ESIC Universidad, debiendo marcar las asignaturas que solicita convalidar. No se podrán solicitar reconocimiento de créditos de aquellas asignaturas que hayan sido superadas por el alumno en cursos anteriores de la Titulación cursada.
4. Deberá subir la documentación exigida en formato PDF:
    a. **Certificado Académico Oficial** que contenga las calificaciones, tipología, créditos. Debiendo estar firmado y sellado por la Universidad de origen.
    b. **Plan de estudios** completo de la Titulación de origen. Debiendo estar sellado por la Universidad de origen.
    c. **Guías Docentes** de cada una de las asignaturas que van a usarse para las equivalencias. Debiendo estar firmado y sellado por la Universidad de origen.
5. Rellenar el resto de información solicitada, y cerrar la petición.
6. Pagar el importe de solicitud de convalidación, es una cuota fija que se establece cada año por la Dirección del Centro. Pudiendo descargarse el recibo para su abono al cerrar la solicitud en la plataforma.

Resolución de solicitudes de convalidación

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 Decano de ESIC Universidad.

Una vez solicitadas y habiéndose cerrado cada petición se revisan, comprobando que la solicitud es correcta.

- Si es correcta, se traslada la solicitud a la Comisión de Reconocimiento y Transferencias, creadas a tal efecto por el Decano de ESIC Universidad.
- Si no es correcta, se informa al alumno a través de la plataforma de que su solicitud no es válida, detallándole el motivo y su posible solución. Pudiendo recurrir mediante la misma solicitud en la plataforma en un plazo de quince días naturales desde esta comunicación. Si no lo hace, la solicitud se desestima automáticamente.

ESIC 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.

La Comisión de Reconocimiento y Transferencias a través de la propia plataforma, mediante su perfil de *experto,* procede a revisar, confirmar o denegar las solicitudes. Esta Comisión se reúne periódicamente para ir resolviendo las solicitudes hasta la finalización del periodo de solicitud

El alumno conocerá la resolución a través de la plataforma. Se le facilitará las condiciones para que estas convalidaciones se formalicen en su expediente. En un plazo de quince días desde la resolución deberá aportar en la secretaría de universitaria:

- los originales o copias compulsadas de la documentación aportada en la plataforma al hacer la solicitud
- el resguardo del abono del importe de solicitud de convalidación.

Una vez entregada esta documentación por el alumno, se válida y se da por definitiva la convalidación del solicitante en la plataforma. Generándose un recibo de reconocimiento de créditos que el alumno podrá descargarse y abonarlas. Este importe es variable, dependiendo de los créditos reconocidos multiplicado por una cuota fija que se establece cada año por la Dirección del Centro.

La falta de pago de estos importes de reconocimiento de créditos conllevará la anulación de las convalidaciones/reconocimientos concedidas.

1. **Reclamaciones**

Contra la resolución de convalidaciones o equivalencias de la Comisión, el alumno podrá interponer una reclamación, a través de la plataforma habilitada para ello, en el plazo establecido de quince días naturales a partir de la publicación en la plataforma de convalidaciones. No se podrá reclamar el reconocimiento de aquellas asignaturas no solicitadas en primera instancia.

El Decano de ESIC Universidad resolverá las reclamaciones, en virtud de la resolución correspondiente que establezca la Comisión de Expertos en relación a la reclamación del alumno. Siendo esta la única reclamación posible que puede ejercer el alumno, cerrándose la reclamación una vez resuelta.

Este recurso deberá ser presentado por el alumno a través del procedimiento habilitado en la plataforma. Y se comunicará su resolución a través de este mismo medio.

BLOQUE II. CONSIDERACIONES DEL REAL DECRETO 1393/2007 Y ANTERIORES

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

Concepto de reconocimiento de créditos en Titulaciones de Grado

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

Reconocimiento de créditos en Titulaciones de Grado de asignaturas cursadas en otras Titulaciones de Grado

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.

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,

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

se reconocerá automáticamente el módulo de formación básica siempre y cuando exista coincidencia en el número de créditos y de contenido entre asignaturas.

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.

No será necesario matricular por parte del alumno las asignaturas para las que solicita el reconocimiento.

Convalidaciones de Estudios Universitarios cursados en el extranjero

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 ESIC Universidad.

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

1. Cuando los estudios realizados con arreglo a un sistema extranjero no hayan concluido con la obtención del correspondiente Título.
2. 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.
3. 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.

Para los estudiantes que no sean Nacionales de Estados que tengan como lengua oficial una distinta a la de la titulación elegida, podrán establecerse las pruebas de idioma que consideren pertinentes.

- **Del reconocimiento de créditos en Titulaciones de Grado de asignaturas cursadas en Titulaciones anteriores al R.D. 1393/2007.**

Reconocimiento de créditos en titulaciones de Grado:

- 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 ESIC Universidad.
- 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.

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

- **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**

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, de ESIC-Universidad 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.

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.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Incorporación de la transferencia de créditos en Titulaciones de Grado

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.

Incorporación de créditos en el expediente académico.

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.

En la certificación académica de ESIC Universidad, 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.

Reglamento para la realización de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros ESIC Universidad

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En cumplimiento de la normativa vigente, y ante la creciente movilidad de los alumnos, ya existente con anterioridad pero que ha sufrido un aumento importante tras la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, se ve necesario actualizar la reglamentación de un tipo de acceso cada vez con más solicitudes, como es el acceso por convalidación parcial de estudios extranjeros.

Debido a la implantación progresiva de las titulaciones de grado en ESIC Universidad, solo será efectiva la convalidación parcial de estudios extranjeros para aquellas titulaciones, para aquellos cursos y para aquellas asignaturas que estén implantadas en ese curso académico de la resolución de admisión.

Teniendo en cuenta la legislación vigente, se encuentra necesario, desde ESIC Universidad, realizar las siguientes directrices para la convalidación parcial de estudios extranjeros.

1. LEGISLACIÓN APLICABLE

Para el desarrollo de estas Directrices se tiene que tener en cuenta la siguiente normativa:

· Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre, por el que se establecen los requisitos y el procedimiento para la homologación y declaración de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial y para la convalidación de estudios extranjeros de educación superior.

· Acuerdo de 25 de octubre de 2004, del Consejo de Coordinación Universitaria, por el que se establecen los criterios generales a que habrán de ajustarse las universidades en materia de convalidación y adaptación de estudios cursados en centros académicos españoles o extranjeros.

· Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

· Reales Decretos 861/2010, de 2 de julio, 43/2015, de 2 de febrero y 195/2016, de 13 de mayo, por los que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

· 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.

Art.1- ÁMBITO DE APLICACIÓN

Las presentes directrices serán de aplicación para las solicitudes de admisión solicitadas a través de convalidación parcial de estudios extranjeros por alumnos con estudios universitarios extranjeros parciales, o totales que no hayan obtenido la homologación de su título en España.

Art. 2- REQUISITOS

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

2.1. Los alumnos estarán en disposición de solicitar convalidación parcial de estudios extranjeros siempre que concurra alguna de las siguientes circunstancias:

· Cuando los estudios extranjeros de educación superior realizados cumplan los criterios que fije el Consejo de Universidades y no hayan concluido con la obtención del correspondiente título.

· Cuando los estudios extranjeros de educación superior realizados, cumplan los criterios que fije el Consejo de Universidades, 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 o la equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial.

· Cuando habiéndose solicitado la homologación del título extranjero, esta haya sido denegada, siempre que la denegación no se haya fundado en alguna de las causas recogidas en el artículo 3.2 del Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre, por el que se establecen los requisitos y el procedimiento para la homologación y declaración de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial y para la convalidación de estudios extranjeros de educación superior.

2.2. Los alumnos podrán solicitar convalidación parcial de estudios extranjeros en ESIC Universidad para las titulaciones de grado, sabiendo que, debido a la implantación progresiva de las mismas, ni todos los cursos, ni todas las asignaturas del plan pueden estar activadas hasta la implantación total de la titulación.

2.3. Únicamente se podrán reconocer/convalidar las asignaturas superadas por el alumno siempre que el contenido y la carga lectiva sean equivalentes a las correspondientes asignaturas incluidas en un plan de estudios conducente a la obtención de un título oficial al que pretende acceder.

2.4. Las solicitudes de plazas de estudiantes con estudios universitarios extranjeros, parciales o completos, se resolverán por el Decano de ESIC Universidad de acuerdo con las siguientes reglas:

· La admisión de estudiantes a los que se convalide un mínimo de 30 créditos, se hará de acuerdo con las plazas disponibles. Las plazas a cubrir por este sistema se indicarán en cada curso académico. El orden de adjudicación para todos aquellos estudiantes que cumplan con los requisitos establecidos será el siguiente:

- Mayor número de créditos reconocidos.
- Nota media del expediente académico.

· Los estudiantes que no obtengan admisión por convalidación parcial deberán superar la prueba de acceso a las universidades españolas, salvo que los estudios preuniversitarios que les hubiesen sido homologados o convalidados den acceso directo a la universidad sin necesidad de superar pruebas de acceso, sin perjuicio de las prioridades temporales y criterios de valoración establecidos en el 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.

2.5. Para la homologación de estudios preuniversitarios y de bachillerato, los alumnos deberán dirigirse al Ministerio de Educación.

Art. 3- PROCEDIMIENTO

3.1. Los interesados solicitarán la admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros, en el plazo establecido, a través de la plataforma informática de solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros, de acuerdo con lo establecido en estas directrices.

3.2. Revisada la documentación presentada por el interesado, y estando completa la misma, el expediente de solicitud se remitirá, desde el Dpto. de Admisiones al Decano de ESIC Universidad o la persona delegada por él para tal efecto.

En caso de falta de documentación, se le solicitará la misma al interesado, teniendo un plazo de 15 días para subsanar los errores y las faltas de documentación apreciados. Si en el plazo establecido no se presenta la documentación solicitada, se entenderá como desistida por el interesado la solicitud de convalidación parcial de estudios extranjeros.

3.3. Una vez resueltas, las posibles convalidaciones/reconocimientos de asignaturas por parte de la Comisión correspondiente, el expediente completo se trasladará al Dpto. de Admisión, antes del 15 de julio.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

3.4. En el caso de resultar admitido en el grado solicitado el alumno deberá formalizar la matrícula en los plazos y forma que proceda.

Debiendo abonar una cuota establecida para solicitantes de convalidación parcial de estudios extranjeros. El cálculo de esta cuota será establecido por la Dirección de ESIC Universidad cada año.

3.5. En el caso de no cumplir alguno de los requisitos legalmente establecidos, o no tener convalidados/reconocidos el número mínimo de créditos fijado por la normativa vigente o no haber resultado adjudicatario de una plaza en el grado solicitado, el alumno recibirá una resolución negativa.

En este caso podrá ejercer su derecho a la reclamación según lo establecido en la resolución recibida, ante el Decano de ESIC Universidad.

3.6. En el caso de que el alumno solicite un grado impartido en inglés en ESIC Universidad, y obtenga una resolución favorable a su solicitud de admisión, tendrá que realizar una prueba de evaluación de aptitud. Se le comunicará la fecha y el lugar de realización de esa prueba de evaluación después de resolver su solicitud de admisión.

3.7. Teniendo en cuenta la progresiva implantación de los grados en ESIC Universidad, los alumnos que accedan a estos estudios solo se podrán matricular en las asignaturas que estén ofertadas.

Art. 4- PLAZOS

4.1. El plazo de presentación de solicitudes de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros será establecido por ESIC Universidad para cada curso académico, y publicado a través de la página web de la universidad una vez aprobado el mismo.

4.2. La Solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros será previa a la matrícula, ya que la resolución favorable de la misma es la que da acceso a los estudios solicitados.

4.3. La resolución favorable de la solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros quedará sin efecto si el interesado no formaliza la matrícula en el curso académico en el que le fue concedida, o en el siguiente curso académico inmediatamente posterior.

Art.5- DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

5.1. Todos los documentos que se presenten deberán ser oficiales, expedidos por una autoridad competente y legalizados por vía diplomática, en las Embajadas o Consulados de España existentes en cada país de donde procedan los documentos, y con el visto bueno del Ministerio de Asuntos Exteriores de España (no será preciso el visto bueno de Ministerio de Asuntos Exteriores de España en los documentos debidamente legalizados que tengan incorporada la etiqueta transparente de seguridad sobre la última firma de legalización). Se acompañará, en su caso, de su traducción al español realizada por un Traductor Jurado o por un Representante Diplomático.

No necesitarán el visto bueno del Ministerio de Asuntos Exteriores de España los documentos que habiendo sido expedidos en países que han suscrito el Convenio Andrés Bello (Bolivia, Colombia, Chile, Cuba, Ecuador, Panamá, Paraguay, Perú y Venezuela) hubieran sido legalizados por vía diplomática con fecha anterior al 10 de junio de 2013.

No es necesaria la legalización para los documentos expedidos en países de la Unión Europea y espacio Económico Europeo, ni los documentos que estén sellados con la ¿APOSTILLE¿ (Convenio de La Haya).

5.2. La documentación a presentar por el interesado, en su solicitud telemática a través de la plataforma informática de solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros de ESIC Universidad, siendo la siguiente:

· D.N.I., Pasaporte o Tarjeta de Residencia en vigor.

· Certificado acreditativo del nivel y clase de estudios que se pretende convalidar y donde consten las asignaturas cursadas y aprobadas (Certificado Académico).

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

· Declaración de Equivalencia de la Nota Media del Expediente Académico de estudios cursados en el extranjero, otorgada por el Ministerio español de Educación Cultura y Deporte. Esta declaración se solicita en la dirección web:

http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/general/educacion/203615/ficha.html

· Plan de estudios o cuadro de materias, expedido o publicado por el Centro correspondiente, comprensivo de las asignaturas que se exigen para alcanzar la titulación de origen que se pretende convalidar, sellado por el centro de procedencia.

· Programa de cada una de las asignaturas a convalidar, en el que figure el contenido y la amplitud con que han sido cursadas, sellado por el centro de procedencia.

· En caso de estudios parciales, declaración jurada de no haber finalizados los estudios que se quieren convalidar.

· En caso de estudios totales:

§ Denegación de homologación del Ministerio de Educación. por causa distinta de las mencionadas el artículo 3.2 del Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre (BOE de 22 de noviembre), en la que conste expresamente la posibilidad de convalidar parcialmente.

§ Declaración jurada de que no se ha iniciado simultáneamente un procedimiento de homologación o de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial del título en España.

5.3. Para los estudiantes que no sean nacionales de estados que tengan como lengua oficial el castellano, ESIC Universidad podrá establecer la prueba de idioma que consideren oportuna.

Art. 6- RESOLUCIÓN

6.1. Finalizado el proceso de revisión de expediente para la convalidación/reconocimiento, la Comisión de Convalidación Parcial de Estudios Extranjeros remitirá informe al Dpto. de Admisión, quién emitirá una carta de aceptación o denegación de la convalidación parcial de estudios extranjeros que será remitida al alumno.

6.2. Los interesados podrán formular las reclamaciones que estimen oportunas ante el Decano.

4.5 CURSO DE ADAPTACIÓN PARA TITULADOS

CSV: 351683771027616273055049 - 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		
Preparación de los contenidos teóricos		
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.		
Trabajos en grupo. Esta metodología 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.		
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.		
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.		
Seminarios.		
Trabajo en una organización relacionado con las actividades de marketing.		
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Pruebas teóricas		
Pruebas prácticas		
Interacción: foros, debates, seminarios		
Valoración por el tutor académico		
Defensa pública		
5.5 NIVEL 1: Comunicación / 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**

CSV: 351683771027616273055049 - 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

Resultados de aprendizajes.

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.

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

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

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

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

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

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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE4 - Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.		
CE9 - Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.		
CE13 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.		
CE14 - Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.		
CE20 - Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de marketing o Plan de Marketing.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Preparación de los contenidos teóricos	40	100
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
Trabajos en grupo. Esta metodología 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
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
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
Seminarios.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Pruebas teóricas	70.0	70.0
Pruebas prácticas	30.0	30.0
5.5 NIVEL 1: Historia /History		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Historia Económica y del Marketing / Economic and Marketing History		
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		

Resultados de aprendizajes.

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

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

Learning outcomes.

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Preindustrial Economic History.
- Global and Spanish economic growth.

Economic ideas evolution.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los 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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 - Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG6 - Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
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 - 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 - 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 - Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.
CE13 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	40	100
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
Trabajos en grupo. Esta metodología 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
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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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
Seminarios.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	80.0	80.0
Pruebas prácticas	20.0	20.0
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		
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		

Resultados de aprendizajes. 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.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

- Main duties of managers.
- Companies¿ environment.
- Strategic management.

5.5.1.3 CONTENIDOS

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

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

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

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

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 - 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
Preparación de los contenidos teóricos	50	100
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
Trabajos en grupo. Esta metodología 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
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	10	100

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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.		
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
Seminarios.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	80.0	80.0
Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Dirección de Recursos Humanos / Human Resources Management		
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: 351683771027616273055049 - 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 - 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 - Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.

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

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

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

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

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

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

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
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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	30	50

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	80.0	80.0
Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Dirección de Producción / Production Management		
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: 351683771027616273055049 - 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

Resultados de aprendizajes.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
Seminarios.	12.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	80.0	80.0
Pruebas prácticas	20.0	20.0
5.5 NIVEL 1: Estadística y matemáticas / Statistics ans 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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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.

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

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

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

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 - 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.

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	70	100
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	30	50

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
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.	20	100
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	50.0	50.0
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	

CSV: 351683771027616273055049 - 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

Resultados de aprendizajes.

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.

Statistical methods.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los 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 - 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 - Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

CG9 - Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

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

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

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
Preparación de los contenidos teóricos	70	100
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
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	20	100

CSV: 351683771027616273055049 - 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.		
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	50.0	50.0
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		

Resultados de aprendizajes.

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

- 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.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los 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 - 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 - Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

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

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

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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	10	100

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	20.0	20.0
Pruebas prácticas	80.0	80.0
5.5 NIVEL 1: Sociología / Sociology		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Sociología 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**
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 de:

- Relaciones humanas.
- Cultura.
- Comunicación en la empresa.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

- Comportamiento colectivo.

Learning outcomes.

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Human relations.
- Culture.
- Corporate communication.

Collective behaviour.

5.5.1.3 CONTENIDOS

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

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

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

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
Preparación de los contenidos teóricos	40	100
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
Trabajos en grupo. Esta metodología 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	50	50

CSV: 351683771027616273055049 - 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.		
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
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
Seminarios.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	60.0	60.0
Pruebas prácticas	40.0	40.0
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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 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

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

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

CG9 - Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

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

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	40	100
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	20	50

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
Trabajos en grupo. Esta metodología 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
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
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
Seminarios.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	80.0	80.0
Pruebas prácticas	20.0	20.0
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**

CSV: 351683771027616273055049 - 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

Resultados de aprendizajes.

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

Breve descripción de los contenidos:

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

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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 - 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**
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	70.0	70.0
Pruebas prácticas	30.0	30.0
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		

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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.

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.

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

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

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

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: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 - Conocer y aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones.		
CE13 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
Trabajos en grupo. Esta metodología 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.	10	100
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	80.0	80.0

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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	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		

Resultados de aprendizajes.

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

Breve descripción de los 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

CSV: 351683771027616273055049 - 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 - 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 - Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
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
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.
CE13 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	80	100
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
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.	20	100
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

Clases teóricas

Clases prácticas

Tutorías

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Pruebas teóricas	80.0	80.0
Pruebas prácticas	20.0	20.0
5.5 NIVEL 1: Informática / 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	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

Resultados de aprendizajes:

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

Breve descripción de los 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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CG5 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.		
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 - 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 - 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.		
CE16 - Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de problemas de comunicación comercial.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Preparación de los contenidos teóricos	102	50
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas prácticas	100.0	100.0
5.5 NIVEL 1: Marketing		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Introducción al Marketing / Introduction of 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**

CSV: 351683771027616273055049 - 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

Resultados de aprendizajes.

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

Breve descripción de los 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.

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

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

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

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 - 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.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE9 - Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.		
CE11 - Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.		
CE13 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Preparación de los contenidos teóricos	50	100
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
Trabajos en grupo. Esta metodología 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
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
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
Seminarios.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	70.0	70.0

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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		

Resultados de aprendizajes:

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

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

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

Breve descripción de los 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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 - Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG6 - Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG8 - Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
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 - Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.
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 - 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 - Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.
CE10 - Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.
CE13 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
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: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	50.0	50.0
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	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

Resultados de aprendizajes.

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

Breve descripción de los 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:

CSV: 351683771027616273055049 - 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 fundamental concepts of Commercial Communication, the different tools, communication channels (traditional 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 - 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 - Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.

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

CG9 - Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

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

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

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

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	40	100
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
Trabajos en grupo. Esta metodología 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
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	10	100

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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.		
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
Seminarios.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	50.0	50.0
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**
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		

Resultados de aprendizajes:

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos en:

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

CSV: 351683771027616273055049 - 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:

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

5.5.1.3 CONTENIDOS

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

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

CG9 - Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

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

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

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
Preparación de los contenidos teóricos	40	100
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
Trabajos en grupo. Esta metodología 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	50	50

CSV: 351683771027616273055049 - 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 por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
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
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
Seminarios.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	50.0	50.0
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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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:

- 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

Breve descripción de los 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

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

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

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

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

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

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

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

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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	60.0	60.0
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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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:

- 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

Breve descripción de los 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:

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

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

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

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

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

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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	60.0	60.0
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		

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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:

- 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

Breve descripción de los 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.

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

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

CG9 - Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

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

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

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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	70.0	70.0
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**

CSV: 351683771027616273055049 - 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

Resultados de aprendizajes.

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

Breve descripción de los 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.

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

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

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

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

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

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	80.0	80.0
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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 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

Breve descripción de los 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

CG4 en la modalidad de inglés.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

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

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

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

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

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

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

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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE11 - Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.		
CE13 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.		
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.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Preparación de los contenidos teóricos	40	100
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
Trabajos en grupo. Esta metodología 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
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
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
Seminarios.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Pruebas teóricas	50.0	50.0
Pruebas prácticas	50.0	50.0
NIVEL 2: Política de Precios y Costes / Price ando 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		

Resultados de aprendizajes.

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

Breve descripción de los 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 - 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: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CG2 - Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG6 - Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
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 - Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada.
CE9 - Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.
CE11 - Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.
CE13 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	40	100
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
Trabajos en grupo. Esta metodología 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
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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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
Seminarios.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	50.0	50.0
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**
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:

- 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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

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

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

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

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

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

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
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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	10	100

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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.		
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	60.0	60.0
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	
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		

Resultados de aprendizajes.

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos:

- Técnicas de negociación.
- Modelos de negociación.

Learning outcomes:

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Negotiation techniques.
- Models of negotiation.

5.5.1.3 CONTENIDOS

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

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

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

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

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

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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	10	100

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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.		
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
Clases teóricas
Clases prácticas
Tutorías

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	70.0	70.0
Pruebas prácticas	30.0	30.0

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**
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:

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

Learning outcomes:

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	80.0	80.0
Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Marketing, Sistemas de Información aplicados 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**
		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		

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	40.0	40.0
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**

CSV: 351683771027616273055049 - 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

Resultados de aprendizajes.

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

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

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

CG5 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.

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

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

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

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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 - Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados.		
CE9 - Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.		
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 - Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de marketing o Plan de Marketing.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Preparación de los contenidos teóricos	40	100
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
Trabajos en grupo. Esta metodología 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
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
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
Seminarios.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas prácticas	100.0	100.0
NIVEL 2: Marketing Interno / Internal Marketing		
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:

- 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

CSV: 351683771027616273055049 - 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 - 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 - Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG5 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.
CG6 - Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE9 - Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.
CE13 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.
CE15 - Ser capaz de diseñar e implantar un plan de comunicación integrada de marketing.
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
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente	12.5	100

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	70.0	70.0
Pruebas prácticas	30.0	30.0
NIVEL 2: Marketing y Dirección de Comunicación / Marketing and Communication Management		
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:

- 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.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados	10	100

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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.		
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	80.0	80.0
Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior / Global Marketing and International Trade		
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		

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

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

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

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

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

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

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

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 - 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.

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

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.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
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
Clases teóricas
Clases prácticas
Tutorías

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	70.0	70.0
Pruebas prácticas	30.0	30.0

NIVEL 2: Marketing Político / Political Marketing		
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		

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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.

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

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

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

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

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

CG9 - Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
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 - Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada.
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.
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
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
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

Clases teóricas
Clases prácticas
Tutorías

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas	80.0	80.0
Pruebas prácticas	20.0	20.0

NIVEL 2: Marketing Sectorial / Industry-Specific Marketing

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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:

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 - 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: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CG2 - Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG6 - Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
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 - Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada.
CE9 - Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.
CE13 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.
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
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
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

Clases teóricas

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	80.0	80.0
Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Estrategias de Marketing Digital / Digital Marketing Strategies		
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:

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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	10	100

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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.		
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	50.0	50.0
Pruebas prácticas	50.0	50.0
NIVEL 2: Analíticas Y Métricas De Marketing Digital / Analytics And Metrics Of Digital Marketing		
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:		

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

- 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)**.**

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

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

CG5 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.

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

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

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 - 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 - 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.

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

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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	30	50

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	50.0	50.0
Pruebas prácticas	50.0	50.0
NIVEL 2: Nuevas Tendencias En Marketing Y Ventas / New Trends In Marketing And Sales		
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: 351683771027616273055049 - 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

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.

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 - 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 - Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG6 - Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG8 - Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
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 - Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.
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 - 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 - Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.
CE10 - Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE11 - Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.		
CE13 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	50.0	50.0
Pruebas prácticas	50.0	50.0
5.5 NIVEL 1: Análisis económico-financiero / Economic enviroment 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

CSV: 351683771027616273055049 - 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

Resultados de aprendizajes.

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

Breve descripción de los 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. **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 - 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 - Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.

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

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.

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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	40.0	40.0
Pruebas prácticas	60.0	60.0
NIVEL 2: Análisis Económico Financiero del 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		

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 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

Breve descripción de los contenidos:

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

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

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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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.		
CE13 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	50.0	50.0
Pruebas prácticas	50.0	50.0
5.5 NIVEL 1: Organización / 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

CSV: 351683771027616273055049 - 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

Resultados de aprendizajes.

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

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

CG9 - Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

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

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

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
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
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

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES
Clases teóricas
Clases prácticas
Tutorías

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	70.0	70.0
Pruebas prácticas	30.0	30.0

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**

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 de:

- Aspectos microeconómicos.
- Teoría del consumidor.
- Teoría de la producción.
- Funcionamiento de los mercados.

Learning outcomes.

Students will acquire theoretical and practical knowledge of:

- Microeconomic aspects.
- Theory of consumer choice.
- Production theory.

Market functioning.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos: Se pretende que el alumno adquiera los conocimientos básicos adecuados en lo referente al funcionamiento de la economía en sus aspectos microeconómicos. **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 - 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 - Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.

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

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.

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	80	100
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	40	50

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
Trabajos en grupo. Esta metodología 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
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

Clases teóricas

Clases prácticas

Tutorías

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas	50.0	50.0
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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Aspectos macroeconómicos.
- Comprensión de la economía en términos de modelos teóricos.
- Relaciones entre las diferentes variables macroeconómicas.

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

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.

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

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

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.

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	80	100
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
Trabajos en grupo. Esta metodología 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	20	100

CSV: 351683771027616273055049 - 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 por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.		
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	80.0	80.0
Pruebas prácticas	20.0	20.0
NIVEL 2: Análisis y previsión de ventas / Sales Analysis and Forecast		
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:

- 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.

CSV: 351683771027616273055049 - 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:

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

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

CG5 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.

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

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

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

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

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

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el	30	50

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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.		
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	50.0	50.0
Pruebas prácticas	50.0	50.0
5.5 NIVEL 1: Psicología / 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**

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 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

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

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

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

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

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

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

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
Preparación de los contenidos teóricos	60	100

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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
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
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		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	70.0	70.0
Pruebas prácticas	30.0	30.0
5.5 NIVEL 1: Deontología / 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	
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**

CSV: 351683771027616273055049 - 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

Resultados de aprendizajes.

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

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

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

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

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

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	40	100
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
Trabajos en grupo. Esta metodología 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
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
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
Seminarios.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	70.0	70.0
Pruebas prácticas	30.0	30.0
5.5 NIVEL 1: Idioma moderno / Language		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Idioma moderno / Modern language		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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**
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 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

Breve descripción de los 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 - 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

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

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

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de los contenidos teóricos	50	100
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
Trabajos en grupo. Esta metodología 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
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
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
Seminarios.	10	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases teóricas		
Clases prácticas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Pruebas teóricas	50.0	50.0
Pruebas prácticas	50.0	50.0
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		

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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		

Resultados de aprendizajes.

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

Breve descripción de los 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.

En caso de que el alumno no tenga créditos para ser reconocidos, podrá cursar Seminarios de Informática y así completar el total de ECTS de la asignatura Reconocimiento Académico de Créditos.

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.

In case the students do not have ECTS to be recognise, the will attend IT Seminars and so complete the amount of ECTS of the subject Academic Recognition of Credits.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

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

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

CG9 - Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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**
Preparación de los contenidos teóricos	60	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases prácticas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Interacción: foros, debates, seminarios	100.0	100.0
5.5 NIVEL 1: Prácticas Externas / External Practices		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Prácticas externas / External Practices		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
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		

Resultados de aprendizajes.

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

Breve descripción de los contenidos:

Prácticas en entidades externas a la Universidad, relacionadas con los ámbitos de estudio del Grado en Marketing.

Brief description of contents:

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Internship in external entities, related to the fields of study of the Bachelor Degree in Marketing.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

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).

En cuanto a las Actividades Formativas:

Los aspectos comunes a las actividades formativas pueden agruparse en los siguientes puntos:

¿ Realización de prácticas en empresas: (20 créditos). Las actividades formativas concretas a desarrollar dependerán en cada caso del perfil del puesto al que se incorpora el alumno en prácticas y del sector en el que opera la empresa/ institución de acogida. La metodología de enseñanza será siempre activa y participativa, siendo complementada en algunos casos por formación teórico-práctica específica proporcionada por la empresa o institución de acogida (por ejemplo, manejo de software específico de contabilidad, sistemas de información¿). Estas prácticas constituyen el núcleo de adquisición de las competencias en este módulo.

¿ Supervisiones/tutorización desde la Universidad: (1 crédito). Cada alumno deberá asistir periódicamente a reuniones de supervisión con el profesor-tutor que le ha sido asignado, y que le orientará sobre los aspectos académicos de las prácticas. Concretamente, en estas supervisiones se abordará:

a) vinculación de las prácticas y las actividades formativas realizadas en la empresa/institución con los contenidos y competencias adquiridos en las distintas asignaturas del plan de estudios;

b) orientación referente a la estancia del alumno en la empresa (aprovechamiento de la formación recibida, gestión de dificultades que puedan surgir, sugerencias para la optimización de la adquisición de competencias, etc.);

c) supervisión de la elaboración de la Memoria de prácticas.

¿ Supervisiones en la empresa/institución de acogida: (2 créditos). Asistencia a reuniones de autorización periódica con el tutor responsable asignado en la empresa o institución de acogida. Aspectos del contenido a tratar en tales autorizaciones:

a) información y orientación sobre las características de las actividades formativas planificadas;

b) supervisión del nivel de logro de los objetivos propuestos en el plan formativo, en lo referente a la adquisición de competencias por parte del alumno;

c) adaptación de las actividades formativas según el nivel de competencia y motivación del alumno en prácticas;

d) orientación sobre la elaboración de la Memoria de las Prácticas.

¿ Elaboración de la Memoria de Practicas: (1 crédito). Elaboración de documento escrito en el que se hacen constar distintos aspectos referentes a la estancia del alumno en la empresa/institución, señalando contenidos de la formación recibida y competencias adquiridas.

En ESIC Universidad es recomendable alcanzar 600 horas de Prácticas Externas.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

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

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

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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CG5 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.		
CG6 - Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.		
CG7 - Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.		
CG8 - Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.		
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 - Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.		
CE2 - Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada.		
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 - Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.		
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 - Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de marketing o Plan de Marketing.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Trabajo en una organización relacionado con las actividades de marketing.	300	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Valoración por el tutor académico	100.0	100.0
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	Obligatoria	
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

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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:

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;

c) Delving into the theoretical study of any of the Bachelor¿s Degree courses.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

El alumno realizará un trabajo teórico-práctico sobre una o varias asignaturas del grado.

El trabajo será individual, a excepción de lo indicado en el ¿Reglamento sobre TFG¿ de ESIC Universidad.

Brief description of contents:

Students will prepare a theoretical and practical project connected to one or more courses of the Bachelor's Degree.

It will be an individual project, with the exception mentioned in the ¿Reglamento sobre TFG¿ of ESIC Universidad.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

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;

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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.

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 Decano de la Facultad. Para la evaluación de los TFG es requisito indispensable la defensa pública del mismo. El Decanato 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 - 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 - Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.
CG3 - Comunicación oral y escrita en lenguaje nativo: comprender y ser capaz de comunicarse, con corrección y en diferentes escenarios, en español.
CG4 - Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera: comprender y ser capaz de comunicarse en contextos económicos-empresariales en inglés.
CG5 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.
CG6 - Habilidad para analizar, buscar y discriminar información relevante proveniente de fuentes diversas.
CG7 - Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar, en un contexto internacional y globalización, en entornos diversos y multiculturales.
CG8 - Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.
CG9 - Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE5 - Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados.
CE9 - Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.
CE13 - Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 - Ser capaz de presentar y defender un proyecto completo que integre las actividades de marketing o Plan de Marketing.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
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		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Defensa pública	100.0	100.0

CSV: 351683771027616273055049 - 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 %**
ESIC Universidad	Otro personal docente con contrato laboral	100	65.4	68,3

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 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 Titulación, con esta información, deberá realizar anualmente un Informe donde se incluyan los resultados relativos a: (Política de Comisiones Académicas de Titulación de ESIC Universidad):
- 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 de Situación Laboral.

Asimismo, la memoria incluirá, en caso necesario, la propuesta de acciones de mejora para los cursos posteriores.

El marco EEES y los nuevos cambios introducidos en la normativa española, establecen que las universidades deben garantizar en sus actuaciones el cumplimiento de los objetivos asociados a las enseñanzas que imparten, buscando además su mejora continua. Por ello, las universidades deben contar con políticas y Sistemas de Garantía Interna de Calidad (SGIC) formalmente establecidos y públicamente disponibles.

AUDIT es la denominación del modelo de referencia para los sistemas de calidad en el sistema universitario español. La certificación AUDIT está bajo el nuevo marco regulatorio europeo de educación superior, cuya implantación está regulada por el Ministerio de Educación Español, a través de la mencionada agencia estatal.
En julio de 2014 la sede Madrid de ESIC recibió, por parte de la Comisión de Certificación constituida por ANECA, el informe favorable sin condiciones sobre la implantación de su Sistema de Garantía Interna de Calidad bajo el Modelo de referencia AUDIT. En 2018 fue renovada la certificación de la implantación del modelo, recibiendo la resolución favorable de la Comisión de Certificación en marzo 2019.

La certificación Audit supone para ESIC un reconocimiento oficial consecuencia del esfuerzo que está realizando hacia un modelo de gestión enfocada a la garantía de la calidad formativa que ofrece a su alumnado

A continuación, especificamos el procedimiento incluido en el programa AUDIT:

PROCEDIMIENTO PARA LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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 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.

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.
- 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.

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 Académicos: 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 la Titulación: Análisis de los indicadores de rendimiento académico de la Titulación y propuesta de mejoras, si procede.

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

- 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.

Publicación de las Actas.

Desde 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:

- 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	https://www.esic.edu/calidad/

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2021
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Los alumnos que estén cursando el Grado en Marketing en el centro adscrito ESIC de la URJC, podrán convalidar sus asignaturas directamente ya que el plan de estudios, al igual que las competencias y resultados del aprendizaje asociados al Título, no ha sufrido modificación alguna.

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	**ESTUDIO - CENTRO**

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	**NOMBRE**	**PRIMER APELLIDO**	**SEGUNDO APELLIDO**
15233271A	SEGUNDO	HUARTE	MARTÍN
DOMICILIO	**CÓDIGO POSTAL**	**PROVINCIA**	**MUNICIPIO**
Avenida Valdenigrales SN	28223	Madrid	Pozuelo de Alarcón
EMAIL	**MÓVIL**	**FAX**	**CARGO**
segundo.huarte@esic.edu	639117826	913528534	Decano
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	**NOMBRE**	**PRIMER APELLIDO**	**SEGUNDO APELLIDO**
70884328F	EDUARDO	GÓMEZ	MARTÍN
DOMICILIO	**CÓDIGO POSTAL**	**PROVINCIA**	**MUNICIPIO**
Avenida Valdenigrales SN	28223	Madrid	Pozuelo de Alarcón
EMAIL	**MÓVIL**	**FAX**	**CARGO**
director.general@esic.edu	664552303	913528534	Director General
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**
70884328F	EDUARDO	GÓMEZ	MARTÍN
DOMICILIO	**CÓDIGO POSTAL**	**PROVINCIA**	**MUNICIPIO**
Avenida Valdenigrales SN	28223	Madrid	Pozuelo de Alarcón
EMAIL	**MÓVIL**	**FAX**	**CARGO**
director.general@esic.edu	664552303	913528534	Director General

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 2: Anexo 1

Nombre :2. Justificación GRMK.pdf

HASH SHA1 :1C2D3A3513BAE308B278871B410C888C95B491B1

Código CSV :340412708780975534603972

Ver Fichero: 2. Justificación GRMK.pdf

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 4: Anexo 1

Nombre :4.1.Sistemas de información previa_GRMK_.pdf

HASH SHA1 :ABEF8164BFADFFEE384825CDCE679246E4E1204D

Código CSV :340676818227339734253700

Ver Fichero: 4.1.Sistemas de información previa_GRMK_.pdf

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 5: Anexo 1

Nombre :20190625_5.1 Descripción planes de estudio GRMK.pdf

HASH SHA1 :3913187E663C4FAE5786ACD40CEF7F6984956498

Código CSV :340414454559333136642593

Ver Fichero: 20190625_5.1 Descripción planes de estudio GRMK.pdf

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6.1 Personal Academico GRMK.pdf

HASH SHA1 :BB92DACC2731E237613CCD53E47EFAA27092C4BB

Código CSV :340496415462947010585388

Ver Fichero: 6.1 Personal Academico GRMK.pdf

CSV: 351683771027616273055049 - 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 Humanos GRMK.pdf

HASH SHA1 :9540ED1B5291BB986897F1D5F1CFD72669E4DF82

Código CSV :340496719437289072241990

Ver Fichero: 6.2 Otros Recursos Humanos GRMK.pdf

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7 Recursos Materiales y Servicios_Grado.pdf

HASH SHA1 :A7A7384165B6CEB02FB0DC563D94BFDFAAE3ED2E

Código CSV :340496969723718273534541

Ver Fichero: 7 Recursos Materiales y Servicios_Grado.pdf

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 8: Anexo 1

Nombre :8.1 Valores Cuantitativos.pdf

HASH SHA1 :EB28C05CA1408D432AB668F76734CDEE7A7F9CEF

Código CSV :340490568209730500744729

Ver Fichero: 8.1 Valores Cuantitativos.pdf

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 10: Anexo 1

Nombre :10 Calendario de Implantación.pdf

HASH SHA1 :A4F78C7ABA5E348C34B4FF5F57100A14C7C1EB3A

Código CSV :340490881136746022958022

Ver Fichero: 10 Calendario de Implantación.pdf

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 11: Anexo 1

Nombre : Nota aclaratoria y PODER NOTARIAL EDUARDO GOMEZ_.pdf

HASH SHA1 :E794CDFA815BDF0C3C4623689C9408E2AC458951

Código CSV :340676901860314933058477

Ver Fichero: Nota aclaratoria y PODER NOTARIAL EDUARDO GOMEZ_.pdf

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CSV: 351683771027616273055049 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es