

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

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

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad Internacional de La Rioja		Facultad Empresa y Comunicación	26003829
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Grado		Marketing	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Graduado o Graduada en Marketing por la Universidad Internacional de La Rioja			
NIVEL MECES			
2 2			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas		No	
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN	
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Virginia Montiel Martín		Responsable de Programas ANECA	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		16609588T	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
JUAN PABLO GUZMAN PALOMINO		Secretario General de la Universidad	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		24236227T	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Eva Asensio del Arco		Vicedecana de Gestión de la Facultad	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		50088632Z	
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
Avda. de La Paz, 137		26006	Logroño
E-MAIL		PROVINCIA	TELÉFONO
virginia.montiel@unir.net		La Rioja	676614276
			FAX
			902877037



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: La Rioja, AM 19 de abril de 2021
	Firma: Representante legal de la Universidad



1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECIFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Marketing por la Universidad Internacional de La Rioja	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
LISTADO DE MENCIONES				
No existen datos				
RAMA		ISCED 1	ISCED 2	
Ciencias Sociales y Jurídicas		Marketing y publicidad		
NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA				
AGENCIA EVALUADORA				
Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación				
UNIVERSIDAD SOLICITANTE				
Universidad Internacional de La Rioja				
LISTADO DE UNIVERSIDADES				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
077	Universidad Internacional de La Rioja			
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
No existen datos				
LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES				
No existen datos				

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	60	12
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
12	144	12
LISTADO DE MENCIONES		
MENCIÓN		CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos		

1.3. Universidad Internacional de La Rioja

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
26003829	Facultad Empresa y Comunicación

1.3.2. Facultad Empresa y Comunicación

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL	VIRTUAL
No	No	Sí
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	TERCER AÑO IMPLANTACIÓN
600	600	600
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	TIEMPO COMPLETO	
600	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA



PRIMER AÑO	60.0	90.0
RESTO DE AÑOS	49.0	90.0
TIEMPO PARCIAL		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	22.0	48.0
RESTO DE AÑOS	22.0	48.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://static.unir.net/documentos/normativa_permanencia_estudiante.pdf		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
GENERALES
CG1 - Capacidad de comprender un fenómeno a partir de diferencias y desagregar sistemáticamente sus partes, estableciendo su jerarquía, relaciones entre las partes y sus secuencias.
CG10 - Capacidad de comprender y aceptar la diversidad social y cultural como un componente enriquecedor personal y colectivo con el fin de desarrollar la convivencia entre las personas sin incurrir en distinciones de sexo, edad, religión, etnia, condición social y política.
CG11 - Capacidad de relacionarse positivamente con otras personas a través de una escucha empática y de la expresión clara y asertiva de lo que se piensa y/o siente, por medios verbales y no verbales.
CG12 - Disposición para asumir responsablemente un comportamiento consecuente con los valores personales y el código deontológico.
CG13 - Capacidad de orientar su estudio y aprendizaje de modo cada vez más independiente, desarrollando iniciativa y responsabilidad de su propio
CG14 - Capacidad de adaptarse a las situaciones cambiantes, modificando la conducta para integrarse, con versatilidad y flexibilidad.
CG15 - Capacidad para modificar las cosas o pensarlas desde diferentes perspectivas, ofreciendo soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones convencionales.
CG16 - Capacidad de influir sobre los individuos y/o grupos anticipándose al futuro y contribuyendo a su desarrollo personal y profesional.
CG17 - Fomentar la disposición proactiva en el desarrollo de actividades y proyectos para implementar las oportunidades y asumir los riesgos necesarios.
CG18 - Capacidad para buscar y compartir información a lo largo de toda la vida con el fin de favorecer su desarrollo personal y profesional, modificando de forma flexible y continua los esquemas mentales propios para comprender y transformar la realidad.
CG19 - Capacidad para reconocerse y valorarse como profesional que ejerce un servicio a la comunidad y se preocupa por su actualización permanente respetando y apoyándose en los valores éticos y profesionales.
CG2 - Capacidad de determinar eficazmente los fines, metas, objetivos y prioridades de la tarea a desempeñar organizando las actividades, los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.
CG20 - Capacidad de desarrollar un trabajo de calidad de acuerdo a las normas, utilizando indicadores de calidad para su mejora continua.
CG3 - Capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
CG4 - Capacidad de transmitir, en una lengua diferente a la suya propia, información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado. Esta competencia conlleva el desarrollo de habilidades de comunicación oral y escrita, según el nivel B1, en inglés, de acuerdo con el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.
CG5 - Capacidad para utilizar las TIC como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, para el aprendizaje, la investigación y el trabajo cooperativo.



CG6 - Capacidad para buscar, seleccionar, ordenar, relacionar, evaluar/valorar información proveniente de distintas fuentes.
CG7 - Capacidad de identificar, analizar y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con criterio y de forma efectiva.
CG8 - Capacidad de examinar y enjuiciar algo, propio o ajeno, con criterios internos o externos.
CG9 - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos.
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
CT2 - Adquirir un sentido ético de la profesión.
CT3 - Conocer y aplicar los modelos de calidad como eje fundamental en desempeño profesional.
CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo.
CT5 - Analizar de forma reflexiva y crítica las cuestiones más relevantes de la sociedad actual que afectan al: impacto social de las actividades empresariales, cambios en las relaciones de género e intergeneracionales, multiculturalidad e interculturalidad, discriminación e inclusión social y desarrollo sostenible.
CT1 - Valorar la importancia del trabajo en equipo y adquirir destrezas para trabajar de manera interdisciplinar dentro y fuera de las organizaciones, desde la planificación, el diseño, la intervención y la evaluación de diferentes programas o cualquier otra intervención que lo precisen.
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE1 - Poner en práctica habilidades asociadas a la comunicación en público
CE10 - Identificar y comprender las principales variables psicológicas aplicadas a las relaciones y comunicación humanas entre la empresa y el consumidor.
CE11 - Conocer y aplicar los modelos y fuentes de información, así como las herramientas estadísticas básicas de la investigación de mercados.
CE12 - Identificar, valorar y desarrollar la comunicación no publicitaria de las empresas y organizaciones.
CE13 - Conocer, identificar y gestionar las herramientas de construcción de la identidad corporativa y marca, atendiendo a la segmentación de clientes en empresas y organizaciones.
CE14 - Aplicar los conceptos de análisis financiero y costes al Plan de Gestión.
CE15 - Identificar, Conocer y gestionar los principales paquetes comerciales de gestión informática que aplican las herramientas informáticas al marketing para gestionar la información de clientes, mercados y competencia. Y también a la comunicación con los mismos y los equipos comerciales.
CE16 - Conocer las diferentes posibilidades de organización de las estructuras comerciales de la empresa.
CE17 - Identificar, conocer y aplicar las fases y herramientas fundamentales de gestión y dirección de los recursos humanos en la empresa.
CE18 - Capacidad de desarrollar una investigación de mercado conceptual para la empresa.
CE19 - Ser capaz de organizar un plan comercial para la empresa.
CE2 - Identificar y comprender los factores que afectan al comportamiento de los grupos sociales.
CE20 - Conocer y desarrollar las claves de motivación de los equipos comerciales.
CE21 - Identificar, evaluar y generar las diferentes variables estratégicas e integrarlas en el plan estratégico y de marketing de las empresas y organizaciones.
CE22 - Identificar, ser capaz de seleccionar y aplicar las posibilidades de soporte que los sistemas de software y hardware aportan a la Tecnología Digital y sistemas informáticos comerciales de una organización.
CE23 - Capacidad para desarrollar una campaña integral de marketing digital.
CE24 - Conocer las herramientas básicas de soporte informático, generación comercial web , pasarela de pagos y comunicación digital necesarias para la evaluación y gestión de un portal de e-commerce en la empresa.
CE25 - Identificar y gestionar las estrategias de distribución de las empresas y organizaciones para los mercados nacionales e internacionales.
CE26 - Identificar, conocer y aplicar los sistemas y herramientas de marketing de los sectores básicos a nivel internacional; gran consumo y alimentación, Industria, servicios y turismo.
CE27 - Capacidad para desarrollar un plan de negocio ordenadamente y con iniciativa.



CE28 - Aplicar los conocimientos y capacidades aportados por los estudios profesionales a casos reales y en un entorno de grupos de trabajo en empresas u organizaciones.
CE29 - Identificar, ordenar y resumir en un proyecto empresarial los principales conocimientos adquiridos durante los estudios.
CE3 - Conocer e Identificar las áreas y funciones de gestión nucleares en el funcionamiento de la empresa.
CE4 - Identificar y evaluar las diferentes estrategias de marketing e integrarlas en el plan estratégico de la empresa.
CE5 - Capacidad de aplicar las matemáticas financieras al mundo de las empresas.
CE6 - Identificar y gestionar las variables estratégicas clave de comunicación dentro del marketing mix de la empresa.
CE7 - Elaborar y defender informes financieros.
CE8 - Gestionar el cumplimiento de la legislación mercantil y de sociedades en sus implicaciones empresariales.
CE9 - Dominar los conceptos esenciales para desenvolverse adecuadamente en la toma de decisiones de marketing internacional.
CE30 - Describir un conjunto de datos, tanto estáticos como dinámicos, utilizando medidas numéricas y gráficas, tanto a nivel univariante como multivariante, poniendo de manifiesto las posibles relaciones entre las variables de interés.
CE31 - Comprender la relevancia de la inteligencia de negocio en la creación de ventajas competitivas.
CE32 - Identificar y comprender los factores que afectan al diseño óptimo de estrategias empresariales en un entorno digital.
CE33 - Manejar los conceptos esenciales de estructura económica y aplicarlos a la toma de decisiones en el mundo de la empresa.

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. Requisitos de acceso y criterios de admisión

El acceso al título oficial del Grado en Marketing no precisa de ningún requisito particular, bastando con poseer el título de bachiller o equivalente, así como la superación de la prueba referida en el art. 42 de la Ley orgánica 6/2001 de Universidades, modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, sin perjuicio de cualquier otra vía de acceso genérica prevista por la normativa vigente, de acuerdo con el artículo 14 del Real Decreto 1393/2007 en su redacción dada por el Real Decreto 861/2010, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

Desde el punto de vista procedimental los pasos a seguir serán:

- Registrarse como usuario de la **UNIR**.
- La web muestra un formulario que el usuario tiene que completar y enviar. Cuando envía el formulario se realiza la validación automática de los campos.
- Este formulario llega a la secretaria y se realiza la validación manual de la información.
- Se le comunica al alumno el resultado y se le pide la documentación necesaria.
- Entregar la documentación justificativa del cumplimiento de los requisitos legales necesarios para la admisión; en la actualidad la normativa reguladora es:
 1. Ley Orgánica de Universidades 6/2001, de 19 de diciembre, modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril.
 2. Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre .
 3. Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre, modificado por Real Decreto 861/2010
- Una vez recibida la respuesta formal de haber sido admitido, proceder a la matriculación.

Criterios de admisión

El órgano encargado del proceso de admisión es el Departamento de Admisiones en su vertiente Nacional e Internacional. El Departamento de Admisiones está compuesto, en estos momentos, por más de 60 profesionales divididos en 5 áreas.

La admisión al título se ajustará al Real Decreto 412/2014 que regula los requisitos de admisión a las enseñanzas de Grado.

Satisfechos los requisitos generales de admisión previamente mencionados, y solo en el caso de que el número de solicitudes de plaza que cumplen con los requisitos recogidos en las vías de acceso exceda al número de plazas ofertadas, la resolución de las solicitudes de admisión tendrá en cuenta los siguientes criterios de valoración: Nota media del expediente que de acceso a los estudios de Grado (100%).

Acceso para mayores de 40 años por su experiencia profesional o laboral

A efectos de lo dispuesto en el RD 412/2014 por el que se establece la normativa básica de los procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, en el acceso a la Universidad para mayores de 40 años por su experiencia profesional o laboral, podrán acceder a los estudios del presente Grado en Marketing las personas con experiencia laboral o profesional en relación con el ámbito de las ciencias sociales y jurídicas 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 en el año natural de comienzo del curso académico.

El acceso a los estudios del Grado requerirá la realización de una prueba de acceso, que constará de dos partes:

1. Valoración del currículum del solicitante para acreditar la adecuación entre la actividad profesional del candidato y el Grado al que se desea acceder.
2. Entrevista personal. El candidato realizará una entrevista personal que valorará los siguientes aspectos:



- Formación académica. Realización de cursos (formación continua, universitarios, etc.) relacionado con algunas de las asignaturas del Grado.
- Experiencia laboral. Experiencia en algún campo directamente relacionado con alguna de las asignaturas de la titulación.
- Competencias. Inquietud cultural, habilidades lectoras, uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación tanto para vida profesional como laboral, organización del tiempo, motivación para el estudio, etc.

Esta prueba de acceso será válida únicamente para cursar el Grado en Marketing en la Universidad Internacional de La Rioja.

Atención a estudiantes con necesidades especiales

Existe en UNIR el Servicio de atención a las necesidades especiales que presta apoyo a los estudiantes en situación de diversidad funcional, temporal o permanente, aportando las soluciones más adecuadas a cada caso. Su objetivo prioritario es conseguir la plena integración en la vida universitaria de todos los estudiantes buscando los medios y recursos necesarios para hacer una universidad para todos.

Se detectan dichas necesidades a través de diversos mecanismos:

- *Alumnos con Certificado de Discapacidad:* siguiendo la idea central de proactividad se llama a todos los alumnos.
- *Desde tutorías:* los tutores remiten al Servicio los casos de alumnos sin Certificado de Discapacidad.
- *Admisiones:* los asesores remiten las dudas de los posibles futuros alumnos con discapacidad, el Servicio se pone en contacto directamente con ellos.
- *Otros departamentos:* SOA (Servicio de Orientación Académica), Defensor del estudiante, Solicitudes, etc.

En el contacto con el alumno se definen los ámbitos de actuación: diagnóstico de necesidades, identificación de barreras, asesoramiento personalizado, etc.

Entre los servicios que presta se encuentran adaptaciones de materiales, curriculares, en los exámenes, asesoramiento pedagógico, etc., involucrando en cada caso a los departamentos implicados (departamento de exámenes, dirección académica, profesorado, etc.).

ANEXO: NORMATIVA APLICABLE

REGLAMENTO DE ACCESO Y ADMISIÓN A ESTUDIOS OFICIALES DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

Preámbulo

El estudio, en la Universidad Internacional de La Rioja, se rige por los criterios y procedimientos de acceso y admisión que, con carácter general, son definidos para todas las Universidades por la normativa estatal y autonómica de aplicación y, en particular, lo establecido en la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril y por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE), 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, el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, el Real Decreto 99/2011, de 28 de enero, por el que se regulan las enseñanzas oficiales de doctorado, y demás órdenes ministeriales de desarrollo de la normativa anterior, así como la Orden 3/2015, de 25 de marzo, de la Consejería de Educación, Cultura y Turismo, por la que se regulan las pruebas de acceso a los estudios universitarios de Grado en la Comunidad Autónoma de La Rioja de las personas mayores de veinticinco y cuarenta y cinco años.

El presente reglamento general concreta y desarrolla aquellos elementos que la normativa estatal y autonómica define dentro del marco de autonomía universitaria, todo ello con absoluto respeto a los principios de normalización, accesibilidad universal y diseño para todos establecidos en la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

Por todo ello, el Consejo Directivo de la Universidad Internacional de La Rioja, probó el presente reglamento en sesión celebrada, en su Comisión Permanente, el 14 de julio de 2016

de Acceso a estudios oficiales de la Universidad Internacional de La Rioja:

Capítulo I. Disposiciones Generales

Artículo 1. Ámbito de Aplicación.

La presente normativa es de aplicación en los procedimientos de acceso y admisión de cualesquiera de los estudios oficiales de grado, master y doctor impartidos por la Universidad internacional de La Rioja.

Artículo 2. Definiciones.

1. Requisitos de acceso: Conjunto de requisitos necesarios para cursar unas determinadas enseñanzas universitarias oficiales de Grado, Máster o Doctorado en la Universidad Internacional de La Rioja. Los requisitos de acceso serán los determinados con carácter general en la normativa estatal y autonómica de aplicación y los que adicionalmente puedan haberse determinado en las respectivas memorias de verificación de cada estudio.

2. Admisión: Supone la adjudicación de las plazas ofrecidas por la Universidad Internacional de La Rioja para iniciar alguno de sus estudios oficiales. La admisión requiere la previa comprobación del cumplimiento de los requisitos de acceso.

3. Criterios de Admisión: Conjunto de criterios de valoración de méritos de los distintos candidatos a fin de establecer la prelación entre ellos. Son criterios de admisión aquellos que hayan sido fijados en esta normativa o en la correspondiente memoria de verificación del estudio. En ningún caso tales criterios podrán ser discriminatorios y habrán de tener un carácter objetivo y comprobable.

4. Admisión Directa: En aquellas titulaciones en las que la demanda de plazas no supera a la oferta, el Departamento de Admisiones podrá proceder a la admisión directa, previa solicitud de la plaza y a la verificación del cumplimiento de los requisitos de acceso.

5. Procedimiento de Admisión: Es el proceso por el que, una vez verificado que los candidatos ostentan todos los requisitos de acceso, se procede a la asignación de las correspondientes plazas, de acuerdo con los criterios de admisión aprobados. El procedimiento de admisión, que podrá consistir



en pruebas o evaluaciones, valoración de la documentación que acredite la formación previa, entrevistas, u otros mecanismos, se llevará a cabo conforme al procedimiento previsto en esta normativa, así como en la correspondiente memoria de verificación del estudio.

Los sistemas y procedimientos de admisión prestarán especial atención a los estudiantes con necesidades educativas especiales derivadas de la discapacidad. A tal fin, el Servicio de Atención a las Necesidades Especiales (SANNEE) evaluará la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos a estos estudiantes.

Capítulo I

1 I. Estudios de Grado

Artículo 3. Acceso a los estudios de grado.

El acceso a los estudios de grado requerirá el cumplimiento por los candidatos de los requisitos de acceso previstos en el artículo 3 del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio

, que se acreditará en el momento de la matriculación con la documentación indicada en el anexo IV

Asimismo, el acceso a cada estudio concreto requerirá el cumplimiento de los requisitos adicionales que pudieran haberse determinado en la correspondiente memoria de verificación del estudio.

Se definen las siguientes vías de acceso a los estudios de grado:

1. Superación de la Evaluación de Bachillerato para el Acceso a la Universidad (EBAU) y pruebas de acceso a la universidad anteriores.
2. Título de Bachiller, sin necesidad de superar la evaluación de bachillerato para el acceso a la universidad, para quienes durante el curso 2016-2017 hubiesen cursado materias de Bachillerato del currículo anterior al definido por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, y quienes habiendo obtenido el título de Bachiller en el curso 2015-2016 no hubieran accedido a la universidad al finalizar dicho curso, de conformidad con lo previsto en la Disposición Transitoria Única de la Orden ECD/1941/2016, de 22 de diciembre.
3. Títulos de Técnico Superior de Formación Profesional, de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño o de Técnico Deportivo Superior del Sistema Educativo Español, equivalentes u homologados.
4. Superación de prueba de Acceso de Mayores de 25 años.
5. Superación de prueba de Acceso de Mayores de 40 años.
6. Superación de prueba de Acceso de Mayores de 45 años.
7. Titulado Universitario.
8. Acceso por reconocimiento de estudios universitarios parciales españoles (mínimo 30 créditos ECTS).
9. Acceso por reconocimiento de estudios parciales en otros sistemas universitarios diversos del español (mínimo 30 créditos ECTS).
10. Otras vías permitidas por las ordenaciones anteriores a la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.

El Acceso a los estudios de Grado por parte de Estudiantes procedentes de sistemas educativos extranjeros se regirá por lo dispuesto en el procedimiento que se adjunta como Anexo III de esta Normativa.

Artículo 4. Acceso con carácter condicional.

Conforme a lo establecido en el artículo 4 del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, la Universidad Internacional de La Rioja facilitará el acceso con carácter condicional a aquellos estudiantes que soliciten el acceso mediante la presentación de un título que requiera la previa homologación, siempre que acrediten haber presentado la correspondiente solicitud de homologación.

El acceso y admisión condicional se regirá por lo dispuesto en el procedimiento que se adjunta como Anexo III de esta Normativa.

Artículo 5. Admisión a los estudios de grado.

5.1. Admisión directa.

Con carácter general, salvo en los supuestos en los que la demanda supere la oferta de plazas disponibles en un año académico, se utilizará la vía de admisión directa, a no ser que la memoria de verificación del estudio disponga lo contrario.

5.2. Admisión a través de un procedimiento específico definido en la memoria del título

Cuando el número de plazas disponibles sea inferior a la demanda, al término del plazo de solicitudes, se llevará a cabo de acuerdo con el procedimiento y criterios de admisión que hayan sido definidos en la memoria de verificación del estudio.

Artículo 6. Acceso y Admisión de personas mayores de 25 años.

Las personas mayores de 25 años que no posean ninguna titulación académica que de acceso a la Universidad por otras vías, podrán acceder mediante la superación de la prueba de acceso de mayores de 25 años.



El procedimiento de acceso y admisión se regirá por lo establecido en el procedimiento específico de acceso y admisión definido en el Capítulo IV del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, y la Orden 3/2015, de 25 de marzo, de la Consejería de Educación, Cultura y Turismo, por la que se regulan las pruebas de acceso a los estudios universitarios de Grado en la Comunidad Autónoma de La Rioja de las personas mayores de veinticinco y cuarenta y cinco años.

Artículo 7. Acceso y Admisión de personas mayores de 40 años.

Podrán acceder a la universidad por esta vía los candidatos con experiencia laboral o profesional en relación con la materia propia de un determinado grado, 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 en el año natural de comienzo del curso académico.

El procedimiento de acceso y admisión se regirá por lo dispuesto en la Sección Segunda del Capítulo IV del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, así como por el procedimiento que se incluye en el Anexo I de esta normativa.

Artículo 8. Acceso y Admisión de personas mayores de 45 años.

Las personas mayores de 45 años que no posean ninguna titulación académica que de acceso a la Universidad por otras vías, podrán acceder mediante la superación de la prueba de acceso de mayores de 45 años.

El procedimiento de acceso y admisión se regirá por lo establecido en el procedimiento específico de acceso y admisión definido en el Capítulo IV del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio y la Orden 3/2015, de 25 de marzo, de la Consejería de Educación, Cultura y Turismo, por la que se regulan las pruebas de acceso a los estudios universitarios de Grado en la Comunidad Autónoma de La Rioja de las personas mayores de veinticinco y cuarenta y cinco años.

Capítulo II

. Estudios de Máster

Artículo 9. Acceso a estudios de Máster

El acceso a los estudios de Máster requerirá el cumplimiento por los candidatos de los requisitos de acceso previstos en el artículo 16 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre

que se acreditará en el momento de la matriculación con la documentación indicada en el anexo IV

Asimismo, el acceso a cada estudio concreto requerirá el cumplimiento de los requisitos adicionales que pudieran haberse determinado en la correspondiente memoria de verificación del estudio.

Artículo 10. Admisión a estudios de Máster

10.1. Admisión directa.

Con carácter general, salvo en los supuestos en los que la demanda supere la oferta de plazas disponibles, se utilizará la vía de admisión directa, a no ser que la memoria de verificación del estudio disponga lo contrario.

10.2. Admisión siguiendo un procedimiento específico previsto en la memoria del título

Cuando el número de plazas disponibles sea inferior a la demanda, al término del plazo de solicitudes, se llevará a cabo de acuerdo con el procedimiento y criterios de admisión que hayan sido definidos en la memoria de verificación del estudio.

Disposición Final. Entrada en vigor

Las modificaciones aprobadas en noviembre de 2020 entrarán en vigor el 18 de noviembre de 2020.

ANEXO

PROCEDIMIENTO DE ACCESO A LAS ENSEÑANZAS OFICIALES DE GRADO DE LA UNIR DE MAYORES DE 40 AÑOS MEDIANTE ACREDITACIÓN DE EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL

1. Requisitos.

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 16.1 del RD. 412/2014, podrán acceder por esta vía los candidatos que reúnan los siguientes requisitos:

1. Acreditar una determinada experiencia laboral y profesional en relación con la titulación o titulaciones universitarias oficiales de grado en las que se solicite ser admitido.
2. No estar en posesión de ninguna titulación académica que habilite para acceder a la universidad por otras vías.
3. Cumplir o haber cumplido los 40 años de edad en el año natural de comienzo del curso académico, entendiéndose por año natural el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del año en cuestión.

2. Convocatoria

La Universidad Internacional de La Rioja realizará una convocatoria anual para el acceso por esta vía, en los plazos que permitan a los candidatos concurrir debidamente a los procedimientos de admisión. La convocatoria establecerá el modelo y los plazos de solicitud de cada llamamiento así como la documentación que se ha de entregar, que incluirá, en todo caso, un currículum vitae, en el que el candidato consignará de manera precisa, entre otros aspectos, su experiencia laboral y profesional y la documentación acreditativa correspondiente, y, de manera obligatoria, el certificado de vida laboral del candidato.



Los solicitantes que puedan acreditar experiencia laboral o profesional relacionada con más de una titulación universitaria oficial de grado podrán presentar más de una solicitud acompañadas de la documentación correspondiente en distintas titulaciones, y realizarán tantas entrevistas como solicitudes hayan presentado.

3. Comisión evaluadora.

El candidato deberá realizar, tal y como indica el artículo 16.3 del RD. 412/2014, de 6 de junio, una entrevista. A tal fin se constituirá una Comisión Evaluadora en cada una de las sedes de la UNIR, compuesta por dos profesores o expertos que serán designados por el Rector, a propuesta del Decano o Director, preferentemente de entre los coordinadores de los distintos grados.

La actuación de la Comisión tendrá como finalidad determinar si el candidato acredita o no experiencia laboral o profesional en relación con la titulación a la que solicita acceder y, en su caso, evaluar dicha documentación.

4. Procedimiento

Para establecer esta valoración, las Comisiones Evaluadoras deberán tener en cuenta los siguientes criterios:

- Experiencia laboral y profesional en relación con la titulación oficial de grado respecto de la que se solicita la admisión.
- Adecuación de los conocimientos y competencias del candidato a los objetivos y las competencias del título, recogidos en la correspondiente memoria de grado.

Con esta finalidad, las Comisiones Evaluadoras dividirán su actuación en dos fases. Con el fin de establecer el orden de las solicitudes, las Comisiones Evaluadoras calificarán cada fase con una puntuación de 0 y 10, expresada con tres cifras decimales.

Fase de Valoración. Consistirá en la valoración de la documentación presentada por el candidato. Para la evaluación del currículum se considerará la afinidad de la experiencia laboral y profesional en el ámbito y actividad asociados a los estudios solicitados, el tiempo dedicado y el nivel de competencias adquirido. Dichos extremos deberán ser acreditados mediante certificados, contratos de trabajo e informes de vida laboral de las empresas u organismos correspondientes, que incluyan la categoría profesional así como el detalle de las actividades realizadas. La valoración se realizará teniendo en cuenta la tabla relacional que se incluye como Anexo II, entre las Familias Profesionales del Real Decreto 1128/2008, de 5 de septiembre, por el que se regula el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales y las Ramas de Conocimiento establecidas en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre.

No se valorará ningún extremo incluido en el currículum que no quede suficientemente acreditado. Los candidatos que obtengan un mínimo de 5 puntos sobre 10 en la primera fase, accederán a la segunda fase.

Fase de Entrevista Personal. Consistirá en la realización y valoración de una entrevista personal ante la comisión evaluadora, cuya duración no superará los 20 minutos, con el fin de valorar la adecuación de los conocimientos y las competencias del candidato a los objetivos y competencias del título. La calificación de los candidatos en esta segunda fase deberá ser igual o superior a 5 sobre 10, para que pueda hacer media con la primera fase.

Superación de ambas fases. Se considerará que el candidato ha superado el acceso por esta vía cuando supere ambas fases. La calificación final obtenida será la media aritmética de ambas fases. La publicación de la resolución con los resultados se comunicará personalmente a los interesados.

5. Reclamación

Los aspirantes al acceso podrán presentar reclamación ante el Rector sobre la resolución relativa a las calificaciones de la prueba en el plazo de tres días hábiles contados a partir del día siguiente a partir del día siguiente a la recepción de la notificación de la superación o no de la prueba. El Rector, oída la comisión evaluadora, podrá proveer con una resolución negativa, o que se proceda a valorar nuevamente el currículum, o que se repita la entrevista, o que se realicen ambas cosas. Contra una eventual nueva calificación negativa no se admitirá una ulterior reclamación.

6. Admisión

Los candidatos que hayan obtenido acceso deberán solicitar la matrícula en la UNIR, en la titulación correspondiente, en el mismo curso académico.

ANEXO

II

Adscripción de las familias profesionales del Real Decreto 1128/2003, de 5 de septiembre, por el que se regula el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, a las ramas de conocimiento establecidas en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

FAMILIA PROFESIONAL	RAMAS DE CONOCIMIENTO
Actividades Físicas y Deportivas	Ciencias de la Salud Ciencias Sociales y Jurídicas
Administración y Gestión	Artes y Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas



Agraria	Ciencias Ciencias de la Salud Ingeniería y Arquitectura
Artes Gráficas	Artes y Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas Ingeniería y Arquitectura
Artes y Artesanías	Artes y Humanidades Ingeniería y Arquitectura
Comercio y Marketing	Artes y Humanidades Ingeniería y Arquitectura
Edificación y Obra Civil	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Electricidad y Electrónica	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Energía y Agua	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Fabricación Mecánica	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Hostelería y Turismo	Artes y Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas
Imagen Personal	Ciencias de la Salud Ciencias Sociales y Jurídicas
Imagen y Sonido / Comunicación, Imagen y Sonido	Artes y Humanidades Ciencias



	Ciencias Sociales y Jurídicas Ingeniería y Arquitectura
Industrias Alimentarias	Ciencias Ciencias de la Salud Ingeniería y Arquitectura
Industrias Extractivas	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Informática y Comunicaciones	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Instalación y Mantenimiento	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Madera, Mueble y Corcho	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Marítimo#Pesquera	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Química	Ciencias Ciencias de la Salud Ingeniería y Arquitectura
Sanidad	Ciencias Ciencias de la Salud
Seguridad y Medio Ambiente	Ciencias de la Salud Ciencias Sociales y Jurídicas
Servicios Socioculturales y a la Comunidad	Artes y Humanidades Ciencias de la Salud Ciencias Sociales y Jurídicas
Textil, Confección y Piel	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura



Transporte y Mantenimiento de Vehículos	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Vidrio y Cerámica	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura

ANEXO

PROCEDIMIENTO PARA EL ACCESO Y ADMISIÓN A LOS ESTUDIOS DE GRADO DE UNIR POR PARTE DE ESTUDIANTES PROCEDENTES DE SISTEMAS EDUCATIVOS EXTRANJEROS

La entrada en vigor de la Ley 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa modifica los requisitos de acceso y admisión a las enseñanzas oficiales de grado desde el título de Bachiller o equivalente establecido en el artículo 38 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

La introducción en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de las nuevas disposiciones adicionales trigésima tercera y trigésima sexta abrieron la posibilidad del acceso y admisión a la Universidad española a los titulados en Bachillerato Europeo, en Bachillerato Internacional, y de alumnas y alumnos en posesión de un título, diploma o estudio obtenido o realizado en el extranjero equivalente al título de Bachiller o Técnico Superior.

Según el calendario de implantación fijado por la disposición final sexta de la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, y 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, estos nuevos procedimientos de acceso y admisión a la Universidad española entrarán en vigor en el curso 2014/15.

Por todo ello, en ejecución de lo dispuesto en la mencionada ley Orgánica 8/2013, de 9 diciembre, de acuerdo con lo previsto en el Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, y teniendo en cuenta las instrucciones y notas informativas emanadas del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, se acuerda la aprobación del siguiente PROCEDIMIENTO PARA EL ACCESO Y ADMISIÓN A LOS ESTUDIOS DE GRADO DE LA UNIR POR PARTE DE ESTUDIANTES PROCEDENTES DE SISTEMAS EDUCATIVOS EXTRANJEROS.

1. Modalidades de Acceso.

Conforme al presente procedimiento, podrán acceder a la UNIR,

1. Estudiantes que hayan obtenido un título, diploma o estudios **equivalentes al título de Bachillerato** del Sistema Educativo Español,

1.1. Procedentes de sistemas educativo de **Estados miembros** de la Unión Europea o los de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad,

1.1.1. Cuando dichos estudiantes **cumplan los requisitos** académicos exigidos en sus sistemas educativos para acceder a sus Universidades.

1.1.2. Cuando dichos estudiantes **no cumplan los requisitos** académicos exigidos en sus sistemas educativos para acceder a sus Universidades.

1.2. Procedentes de sistemas educativos de **Estados que no sean miembros** de la Unión Europea con los que no se hayan suscrito acuerdos internacionales para el reconocimiento del título de Bachiller en régimen de reciprocidad.

2. Estudiantes que hayan obtenido el Título de Bachillerato Europeo (según el Convenio del Estatuto de las Escuelas Europeas, Luxemburgo, 1994).

3. Estudiantes que hayan obtenido el Diploma de Bachillerato Internacional, (expedido por la Organización del Bachillerato Internacional, Ginebra).

4. Estudiantes que hayan obtenido un título, diploma o estudios equivalentes al Título de Técnico Superior de Formación Profesional, de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del Sistema Educativo Español.

5. Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios diferentes de los equivalentes a los títulos de Bachiller, Técnico Superior de Formación Profesional, Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del Sistema Educativo Español, obtenidos o realizados en un Estado miembro de la Unión Europea (o en otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad), cuando los estudiantes cumplan los requisitos académicos exigidos en dicho Estado para acceder a sus Universidades.

6. Estudiantes que hayan cursado estudios universitarios parciales extranjeros o españoles, o que habiendo finalizado los estudios universitarios extranjeros no hayan obtenido su homologación en España.

7. Estudiantes en posesión de un título universitario oficial.

2. Requisitos de acceso.

Modalidad 1.1.1, 2 y 3. Estudiantes titulados en Bachillerato Europeo y en Bachillerato Internacional, así como los procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o los de otros Estados con los que España haya suscrito Acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad, que cumplan los requisitos académicos exigidos en sus sistemas educativos para acceder a sus universidades.

Para poder acceder a la UNIR, estos estudiantes deberán obtener previamente la CREDENCIAL DE ACCESO que, según los criterios de la Orden EDU/1161/2010, de 4 de mayo, será expedida por la Universidad Nacional de Educación a Distancia -UNED-.

Modalidad 1.1.2, 4, 5 y 7. Estudiantes en posesión de los títulos oficiales de Técnico Superior de Formación Profesional, de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del Sistema Educativo Español, o en posesión de títulos, diplomas o estudios homologados o declarados equivalentes; Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios equivalentes al título de Bachiller del Sistema Educativo Español, procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o los de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad, cuando dichos estudiantes no cumplan los requisitos académicos exigidos en sus sistemas educativos para acceder a sus Universidades; Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios, obtenidos o realizados en sistemas educativos de Estados que no sean miembros de la Unión Europea con los que no se hayan suscrito acuerdos internacionales para el reconocimiento del



título de Bachiller en régimen de reciprocidad, homologados o declarados equivalentes al título de Bachiller del Sistema Educativo Español; así como estudiantes en posesión de un título universitario oficial.

Para poder acceder a la UNIR, estos estudiantes deberán obtener previamente la HOMOLOGACIÓN de sus estudios al correspondiente título español.

No obstante, la UNIR, podrá admitir a estos estudiantes, con carácter condicional, en tanto se resuelve el procedimiento de homologación, siempre que acrediten haber presentado la correspondiente solicitud de la homologación ante el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y se acepten plenamente las condiciones y el procedimiento que se establece en el apartado 4 siguiente.

Modalidad 6. Estudiantes que hayan cursado estudios universitarios parciales extranjeros o españoles, o que habiendo finalizado los estudios universitarios extranjeros no hayan obtenido su homologación en España.

Para poder acceder a la UNIR, será requisito indispensable que hayan obtenido previamente el RECONOCIMIENTO de, al menos, 30 créditos.

3. Criterios de Admisión.

En aquellos supuestos en los que el número de solicitudes sea superior al de plazas ofertadas por la UNIR para una determinada titulación, el criterio de admisión será el siguiente:

Modalidades 1.1.1, 2 y 3. La calificación global del Bachillerato que conste en la credencial expedida por la UNED.

Modalidades 1.1.2, 4, 5 y 7. En caso de que no esté prevista la expedición de la credencial mencionada en el apartado anterior, se tendrá en cuenta la calificación global obtenida por el estudiante en sus estudios, previa transposición al sistema de calificaciones español en base 10, con aprobado en 5.0 puntos.

4. Admisión condicionada.

El acceso a la UNIR por estudiante que se encuentren en alguna de las modalidades a.1.1.2, 4, 5 y 7, previstas en el apartado 1, requerirá la previa homologación del título correspondiente.

No obstante, la UNIR, de conformidad con lo previsto en el artículo 4 del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, podrá admitir a estos estudiantes, con carácter condicional, en tanto se resuelve el procedimiento de homologación, para lo cual deberán seguirse las siguientes prescripciones:

- Los estudiantes deberán acreditar haber iniciado el procedimiento de Homologación ante el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, mediante la presentación del "Volante para la inscripción condicional en centros docentes o en exámenes oficiales", sellado por la Unidad de Registro donde se haya presentado la solicitud.
- La solicitud de admisión condicionada en la UNIR se realizará mediante la cumplimentación de un formulario específico en el que se informará al estudiante expresamente de los efectos jurídicos de la admisión condicionada:

"El solicitante declara conocer y acepta expresamente que, en el supuesto de que sobre el expediente de Homologación de su título recayera una resolución desfavorable, quedaría sin efectos la matrícula condicionalmente realizada, y se anularían todos los actos subsiguientes a la misma, y en especial los resultados de los exámenes que, eventualmente, pudieran haberse realizado."

La inscripción condicionada se realizará bajo la personal responsabilidad del solicitante y su no confirmación posterior, consecuencia de una resolución de homologación desfavorable, no dará lugar a la devolución del importe de matrícula ni otros gastos que eventualmente haya debido realizar para llevarla a cabo."

- La formalización de la solicitud de admisión condicionada supondrá la plena aceptación y sin reservas por el solicitante de las condiciones anteriormente mencionadas.
- La matrícula condicionada que describe este apartado tendrá efectos durante un curso académico. Excepcionalmente podrá admitirse matrícula condicionada en un curso posterior, sólo en el supuesto de que se verifique y/o acredite que el expediente de homologación está pendiente de resolución.

ANEXO IV

REQUISITOS DOCUMENTALES DE ACCESO Y ADMISIÓN

A los candidatos al acceso a estudios oficiales en Universidad Internacional de La Rioja ¿ UNIR, durante el proceso de admisión se le informará de la documentación requerida para poder matricularse. Y en el momento de matriculación se les solicitará la siguiente documentación:

a) Para acceso a grado deben presentar alguno de los siguientes documentos:

Certificado de superación de la Evaluación de Bachillerato para el Acceso a la Universidad (EBAU) o pruebas de acceso a la universidad de ordenaciones del Sistema Educativo Español anteriores.

Certificado de haber superado el bachillerato en el curso académico 2015/2016 o siendo repetidor total o parcialmente en el curso 2016/2017.

Credencial de homologación al título de bachillerato español.

Certificado de acceso a estudios universitarios de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o los de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad.

Certificado de Título de Técnico Superior en Formación Profesional o equivalente.

Certificado de superación de la Prueba de Acceso a la Universidad para mayores de 25.

Certificado de superación de la Prueba de Acceso a la Universidad por Experiencia Profesional para mayores de 40.

Certificado de superación de la Prueba de Acceso a la Universidad para mayores de 45.

Certificado de estar en posesión de un título universitario oficial de Grado, Máster o título equivalente.



Certificado de notas de estudios universitarios españoles parciales, siempre que de los mismos esta institución le haya reconocido al menos 30 créditos ECTS.

Certificado de notas de estudios universitarios extranjeros, siempre que de los mismos esta institución le haya reconocido al menos 30 créditos ECTS.

Certificado de estar en posesión de un título una cceder a la universidad según ordenaciones del Sistema Educativo Español anteriores a la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre.

Y, además, deberán presentar:

Documento de identidad válido.

Otros certificados que acrediten cumplir el perfil de admisión o de conocimientos de idiomas establecido en la memoria del grado, en caso de que esta lo solicite.

b) Para acceso a master deben presentar alguna de los siguientes documentos:

Certificado de estar en posesión de un título universitario oficial español.

Certificado de estar en posesión de un título expedido por una institución de educación superior perteneciente a otro Estado integrante del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el mismo para el acceso a enseñanzas de Máster.

Certificado de estar en posesión de un título emitido conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado.

Y, además deberá aportar:

Documento de identidad válido.

Otros certificados que acrediten cumplir el perfil de admisión o conocimientos de idiomas establecido en la memoria del máster, en caso de que esta lo solicite.

La universidad podrá exigir documentación adicional cuando sea necesario para verificar que la vía de acceso se ajusta a la legislación vigente en España.

En todo caso, deberá presentarse el documento original o una copia autenticada de los documentos de acceso y admisión. En el caso de documentos expedidos en Estados no miembros de la Unión Europea, los documentos deberán estar legalizados y, si están en un idioma distinto al español, inglés, portugués, francés o italiano, deberá aportarse, asimismo, la traducción jurada oficial de esos documentos.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

Una vez formalizada la matrícula en el Servicio de Admisiones, éste deriva a los estudiantes a la Facultad correspondiente.

Todos los estudiantes contarán con una Guía del estudiante que recoge instrucciones e información sobre las competencias para ser un estudiante a distancia, técnicas de estudio, uso básico de las herramientas telemáticas y reglas para la planificación del estudio eficaz.

A cada uno de los estudiantes, antes del comienzo de las clases, se le asigna un orientador, que ejerce las funciones de Asesor Académico Personal que le ayudará en:

- Su integración en los estudios, en la Universidad y en su orientación al empleo.
- La adquisición y dominio de las técnicas de trabajo intelectual y en el desarrollo de las capacidades.
- Todas las cuestiones profesionales y técnicas que necesite para poder realizar con éxito su formación.

De cada alumno se abrirá un completo dossier acumulativo que, implementando el expediente académico, registre los datos profesionales relevantes que puedan facilitar el oportuno asesoramiento personal y profesional. En todo momento se respetará la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre, de Protección de datos de carácter personal así como su normativa de desarrollo.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	78

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	36

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
--------	--------



0	36			
<p><u>Reconocimiento de Créditos Cursados por Estudios Superiores Oficiales no Universitarios</u></p> <p>En cuanto a reconocimiento de créditos de enseñanzas superiores oficiales no universitarias se aplicará lo que regula el Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre, sobre reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior.</p> <p>Aportamos el cuadro con los reconocimientos pertinentes de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarios:</p>				
<p>CICLO FORMATIVO GRADO SUPERIOR EN GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING</p>				
Módulos profesionales del ciclo formativo	Horas	Materias del grado	Tipología	Créditos reconocidos
Políticas de Marketing e Investigación comercial	248 horas	Investigación de Mercados I Investigación de Mercados II	Obligatoria	6 6
Gestión de Compraventas	175 horas	Decisiones sobre Gestión Comercial de Precios	Obligatoria	6
Aplicaciones Informáticas y Operativa de Teclados	160 horas	Informática Aplicada a la Gestión Comercial	Obligatoria	6
Resto del Módulo		Optativa	Optativa	6
TOTAL CRÉDITOS RECONOCIDOS				30
<p>Contenidos y Competencias</p> <p>Se han revisado los contenidos y competencias y se adecúan a la asignatura del Grado. Un resumen de las competencias es: 1. Capacidad para desarrollar un proceso de obtención, análisis y tratamiento de la información para la toma de decisiones. Identificar las diferentes fuentes de recogida de información. Capacidad de comprender y aceptar la diversidad social y cultural como un componente enriquecedor personal y colectivo con el fin de desarrollar la convivencia entre las personas sin incurrir en distinciones de sexo, edad, religión, etnia, condición social y política. 2. Identificar, Conocer y gestionar los principales paquetes comerciales de gestión informática que aplican las herramientas informáticas al marketing para gestionar la información de clientes, mercados y competencia. Y también a la comunicación con los mismos y los equipos comerciales.</p>				
<p>Asimismo, se tendrán en cuenta el Convenio de Colaboración entre la Consejería de Educación, Formación y Empleo del Gobierno de La Rioja y la Universidad Internacional de La Rioja, para el reconocimiento de créditos entre los títulos, impartidos en la Comunidad Autónoma de La Rioja y los títulos de Grado impartidos por la Universidad Internacional de La Rioja, firmado el 23 de noviembre de 2015 (Publicación del resumen del Convenio de Colaboración en el Boletín Oficial de La Rioja del 25 de enero de 2016), así como lo establecido en</p>				



:

- su **primera Adenda firmada el 20 de marzo de 2017** y cuyo resumen fue publicado el 19 de mayo de 2017 en el Boletín Oficial de La Rioja (<http://bit.ly/2qzYXvs>);
- y su otra **segunda Adenda firmada el 14 de junio de 2019** y cuyo resumen fue publicado el 28 de junio de 2019 en el Boletín Oficial de La Rioja (<https://bit.ly/2ISZCbf>).
- Su **tercera Adenda firmada el 19 de noviembre de 2020** y cuyo resumen fue publicado el 29 de enero de 2021 en el Boletín Oficial de La Rioja (<https://bit.ly/2RCFD0g>).

En cualquier caso, se podrán reconocer, tras un estudio previo de los contenidos y las competencias, créditos de los Ciclos Formativos de Grado Superior correspondientes a los títulos de:

- Técnico Superior en Asistencia a Dirección.
- Técnico Superior en Comercio Internacional.
- Técnico Superior en Transporte y Logística.
- Técnico Superior en Administración y Finanzas.
- Técnico Superior en Marketing y Publicidad.

A continuación se adjuntan las tablas de reconocimientos entre cada uno de los módulos de los C.F.G.S. mencionados y las asignaturas del grado, en los términos de la Adenda

firmada el 14 de junio de 2019

al convenio entre el Gobierno de La Rioja y UNIR antes citado

indicando los reconocimientos relativos al plan de estudios de 2014 del Grado de UNIR.

(Solo podrán acogerse a estos reconocimientos los estudiantes del Plan 2014 del Grado en Marketing y Comercialización Internacional, hasta la completa extinción del mismo-):

MÓDULOS PROFESIONALES DE FP: T.S. EN ASISTENCIA A DIRECCIÓN / ECTS aprox.: 30 hr. c.u.	ASIGNATURAS DEL GRADO EN MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL (PLAN 2014) / Nº ECTS
Proceso Integral de la Actividad Comercial / 11 ects	Introducción a la Administración de Empresas / 6 ects Introducción a la Contabilidad / 6 ects
Gestión de la Documentación Jurídica y Empresarial / 6 ects	Derecho Mercantil y de Sociedades / 6 ects
Inglés / 7 ects	Inglés I / 6 ects
Ofimática y Proceso de la Información / 12 ects	Informática Aplicada al Marketing / 6 ects
Organización de Eventos Empresariales / 11 ects	Reconocimiento por optatividad transversal según la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la UNIR / 24 ects
Comunicación y Atención al Cliente / 12 ects	
Protocolo Empresarial / 9 ects	
Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa / 6 ects	
Formación en Centros de Trabajo* / 22 ects	Prácticas I / 6 ects
	Prácticas II / 6 ects
	ECTS reconocidos: 66

* Siempre que las prácticas se hayan realizado en un Departamento de Marketing o de Comercialización Internacional.

MÓDULOS PROFESIONALES DE FP: T.S. EN COMERCIO INTERNACIONAL / ECTS aprox.: 30 hr. c.u.	ASIGNATURAS DEL GRADO EN MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL (PLAN 2014) / Nº ECTS
Gestión Económica y Financiera de la Empresa / 12 ects	Introducción a la Administración de Empresas / 6 ects



	Introducción a la Contabilidad / 6 ects
Marketing Internacional / 9 ects	<i>Marketing Basis. Marketing Management</i> / 6 ects
Inglés / 7 ects	Inglés I / 6 ects
Sistema de Información de Mercados / 6 ects	Técnicas Cuantitativas de Investigación de Mercados / 6 ects
Gestión Administrativa del Comercio Internacional / 12 ects	Gestión Internacional de la Empresa / 6 ects
Marketing Internacional / 9 ects	Planificación Estratégica y de Marketing Internacional / 6 ects
Negociación Internacional / 6 ects	
Financiación Internacional / 7 ects	Financiación Internacional / 6 ects
Transporte Internacional de Mercancías / 12 ects	Gestión de Operaciones Internacionales / 6 ects
Medios de Pago Internacionales / 6 ects	Reconocimiento por optatividad transversal según la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la UNIR / 10 ects
Comercio Digital Internacional / 4 ects	
Formación en Centros de Trabajo* / 22 ects	Prácticas I / 6 ects
	Prácticas II / 6 ects
	ECTS reconocidos: 76

* Siempre que las prácticas se hayan realizado en un Departamento de Marketing o de Comercialización Internacional.

MÓDULOS PROFESIONALES DE FP: T.S. EN TRANSPORTE Y LOGÍSTICA / ECTS aprox.: 30 hr. c.u.	ASIGNATURAS DEL GRADO EN MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL (PLAN 2014) / Nº ECTS
Gestión Económica y Financiera de la Empresa / 12 ects	Introducción a la Administración de Empresas / 6 ects
Comercialización del Transporte y la Logística / 7 ects	Introducción a la Contabilidad / 6 ects
Inglés / 7 ects	<i>Marketing Basis. Marketing Management</i> / 6 ects
Gestión Administrativa del Comercio Internacional / 12 ects	Inglés I / 6 ects
Transporte Internacional de Mercancías / 12 ects	Gestión Internacional de la Empresa / 6 ects
Gestión Administrativa del Transporte y la Logística / 12 ects	Gestión de Operaciones Internacionales / 6 ects
	Reconocimiento por optatividad transversal según la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la UNIR / 6 ects
Formación en Centros de Trabajo* / 22 ects	Prácticas I / 6 ects
	Prácticas II / 6 ects
	ECTS reconocidos: 54

* Siempre que las prácticas se hayan realizado en un Departamento de Marketing o de Comercialización Internacional.

MÓDULOS PROFESIONALES DE FP: T.S. EN ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS / ECTS aprox.: 30 hr. c.u.	ASIGNATURAS DEL GRADO EN MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL (PLAN 2014) / Nº ECTS
Proceso Integral de la Actividad Comercial / 11 ects	Introducción a la Administración de Empresas / 6 ects
Gestión de la Documentación Jurídica y Empresarial / 6 ects	Introducción a la Contabilidad / 6 ects
Contabilidad y Fiscalidad / 7 ects	Derecho Mercantil y de Sociedades / 6 ects
Inglés / 7 ects	Contabilidad de Gestión / 6 ects
Ofimática y Proceso de la Información / 12 ects	Inglés I / 6 ects
	Informática Aplicada al Marketing / 6 ects



Gestión Logística y Comercial / 6 ects	Planificación, Control y Gestión Comercial / 6 ects
Comunicación y Atención al Cliente / 12 ects	Reconocimiento por optatividad transversal según la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la UNIR / 18 ects
Gestión Financiera / 7 ects	
Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa / 6 ects	
Formación en Centros de Trabajo* / 22 ects	Prácticas I / 6 ects
	Prácticas II / 6 ects
	ECTS reconocidos: 72

* Siempre que las prácticas se hayan realizado en un Departamento de Marketing o de Comercialización Internacional.

MÓDULO PROFESIONAL DE FP: T.S. EN MARKETING Y PUBLICIDAD	ASIGNATURAS DEL GRADO EN MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL (PLAN 2014)
Políticas de marketing / 12 ECTS	Fundamentos de marketing / 6 ECTS Introducción a la dirección comercial / 6 ECTS
Marketing digital / 11 ECTS	Marketing digital / 6 ECTS
Diseño y elaboración de material de comunicación / 9 ECTS	Comunicación y publicidad. Convencional y no convencional / 6 ECTS Comunicaciones d integradas / 6 ECTS
Medios y soportes de comunicación / 6 ECTS	
Relaciones públicas y organización de eventos de marketing / 6 ECTS	Optativa transversal (OPT) / 6 ECTS
Investigación comercial / 8 ECTS	Técnicas cuantitativas de investigación de mercados / 6 ECTS Técnicas cualitativas de inv mercados / 6 ECTS
Trabajo de campo en la investigación comercial / 6 ECTS	
Lanzamiento de productos y servicios / 6 ECTS	Branding y desarrollo de producto / 6 ECTS
Atención al cliente, consumidor y usuario / 5 ECTS	Comunicación personal y organizacional / 6 ECTS
Inglés / 7 ECTS	Idioma inglés I / 6 ECTS
Formación en centros de trabajo / 22 ECTS	Prácticas I / 6 ECTS Prácticas II / 6 ECTS (Siempre que las prácticas se hayan realizado e tamento de Marketing o de Comercialización Internacional)
	ECTS reconocidos: 66 -78*

* Cuando pueda ser reconocida la asignatura de "Prácticas Externas (12 ECTS)", el número total de créditos reconocidos será de 78 ECTS. En el resto de casos, será de 66 ECTS.

En segundo lugar, se adjuntan las tablas de reconocimientos entre cada uno de los módulos de los C.F.G.S. mencionados y las asignaturas del grado, en los términos de la **Adenda firmada el 19 de noviembre de 2020** al conve-



nio entre el Gobierno de La Rioja y UNIR antes citado, indicando los reconocimientos relativos al plan de estudios de 2020 del Grado en Marketing de UNIR:

<p>MÓDULO PROFESIONAL DE FP: T.S. EN ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS</p>	<p>ASIGNATURAS DEL GRADO EN MARKETING (PLAN 2020)</p>
<p>Proceso integral de la actividad comercial / 11 ECTS</p>	<p>Introducción a la Contabilidad / 6 ECTS Introducción a la Administración de Empresas / 6 ECTS</p>
<p>Gestión de la documentación jurídica y empresarial / 6 ECTS</p>	<p>Derecho Mercantil y de Sociedades / 6 ECTS</p>
<p>Comunicación y atención al cliente / 12 ECTS</p>	<p>Comunicación Personal y Organizacional / 6 ECTS</p>
<p>Contabilidad y fiscalidad / 7 ECTS</p>	<p>Contabilidad de Gestión / 6 ECTS</p>
<p>Inglés / 7 ECTS</p>	<p>Idioma Inglés I / 6 ECTS</p>
<p>Ofimática y proceso de la información / 12 ECTS</p>	<p>Informática Aplicada a la Gestión Comercial / 6 ECTS</p>
<p>Gestión financiera / 7 ECTS</p>	<p>Finanzas para Marketing / 6 ECTS</p>
<p>Comunicación y atención al cliente / 12 ECTS</p>	<p>Optatividad transversal / 6 ECTS</p>
<p>Gestión de recursos humanos / 6 ECTS</p>	<p>Optatividad transversal / 6 ECTS</p>
<p>Formación en centros de trabajo / 22 ECTS</p>	<p>Prácticas I / 6 ECTS Prácticas II / 6 ECTS <i>*(Siempre que las prácticas se hayan realizado en un Departamento de Marketing)</i></p>
	<p>ECTS reconocidos: 60 -72*</p>

* Cuando pueda ser reconocida la asignatura de "Prácticas Externas (12 ECTS)" el número total de créditos reconocidos será de 72 ECTS. En el resto de casos será de 60 ECTS.

**ASIG-
NA-
TO-
RAS-
FBSIO-
GRA-
DE
EN
MAR-
KS-
TENG
ASIS-
(PEAN
2020)
A
LA
DI-
REC-
CIÓN**



Pro-
tre-
doc-
ción
te-
gral
ción
ta-
bi-
ti-
dad /
dad
EC-
ter-
rial /
tró-
EC-
ción
a
la
Ad-
mi-
nis-
tra-
ción
de
Em-
pre-
sas /
6
EC-
TS

Des-
tán
ción
Mer-
can-
til-
men-
te
ción
jue-
da-
des /
6a
EC-
ción
pre-
sa-
rial /
6
EC-
TS

Co-
mu-
ni-
ca-
ción
Per-
tén-
cia
ción
EC-
ción
nal /
6

CSV: 442552049508881768398949 - Verificable en <https://sede.educacion.gob.es/cid> y Carpeta Ciudadana <https://sede.administracion.gob.es>



EC-
TS

Idio-
glés /
In-
gles
ITS
6

EC-
TS

Difi-
fusa-
tiva
ya

Apri-
ca-
da
de
la

Des-
fusa-
ción
Da-
ción /
da /
EC-
ES-
TS

Op-
ta-
ti-
va-
ción
trans-
fusa-
ción

El
El
ES-
TS
12
EC-
TS

Op-
ta-
ti-
va-
ción

trans-
fusa-
ción /
El
El
ES-
TS
ria-
les /
11

EC-
TS

Prá-
tica-
ción
El
Gen-
ES-
TS
Prá-
tica-
ción
12



EC-
ES-
TS
*(Siem-
pre
que
las
prác-
ti-
cas
se
ha-
yan
rea-
li-
za-
do
en
un
De-
par-
ta-
men-
to
de
Mar-
ke-
ting)
EC-
TS
re-
co-
no-
ci-
dos:
48
-60*

* Cuando pueda ser reconocida la asignatura de "Prácticas Externas (12 ECTS)" el número total de créditos reconocidos será de 60 ECTS. En el resto de casos será de 48 ECTS.

MÓDULO PROFESIONAL DE FP: T.S. EN MARKETING Y PUBLICIDAD	ASIGNATURAS DEL GRADO EN MARKETING (PLAN 2020)
Gestión económica y financiera de la empresa / 12 ECTS	Introducción a la Contabilidad / 6 ECTS Introducción a la Administración de Empresas / 6 ECTS
Políticas de marketing / 12 ECTS	Fundamentos de Marketing / 6 ECTS
Marketing digital / 11 ECTS	Plan de Marketing Digital / 6 ECTS
Inglés / 7 ECTS	Idioma Inglés I / 6 ECTS
Atención al cliente, consumidor y usuario / 5 ECTS	Comunicación Personal y Organizacional / 6 ECTS
Investigación comercial / 8 ECTS + Trabajo de campo en la investigación comercial / 6 ECTS	Investigación de Mercados I / 6 ECTS Investigación de Mercados II / 6 ECTS



Lanzamiento de productos y servicios / 6 ECTS	Branding y Desarrollo de Producto / 6 ECTS
Políticas de marketing / 12 ECTS	Optatividad transversal / 6 ECTS
Relaciones públicas y organización de eventos de marketing / 6 ECTS	Optatividad transversal / 6 ECTS
Formación en centros de trabajo / 22 ECTS	Prácticas I / 6 ECTS Prácticas II / 6 ECTS <i>*(Siempre que las prácticas se hayan realizado en un Departamento de Marketing)</i>
	ECTS reconocidos: 66 -78*

** Cuando pueda ser reconocida la asignatura de "Prácticas Externas (12 ECTS)" el número total de créditos reconocidos será de 78 ECTS. En el resto de casos será de 66 ECTS."*

MÓDULO PROFESIONAL DE FP: T.S. EN COMERCIO INTERNACIONAL	ASIGNATURAS DEL GRADO EN MARKETING (PLAN 2020)
Gestión económica y financiera de la empresa / 12 ECTS	Introducción a la Contabilidad / 6 ECTS Introducción a la Administración de Empresas / 6 ECTS
Inglés / 7 ECTS	Idioma Inglés I / 6 ECTS
Marketing internacional / 9 ECTS	Fundamentos de Marketing / 6 ECTS Marketing Internacional / 6 ECTS
Gestión administrativa del comercio internacional / 12 ECTS	Gestión Internacional de la Empresa / 6 ECTS
Sistema de información de mercados / 6 ECTS	Investigación de Mercados I / 6 ECTS
Financiación internacional / 7 ECTS	Financiación Internacional / 6 ECTS
Medios de pago internacionales / 6 ECTS	Optatividad transversal / 6 ECTS
Gestión administrativa del comercio internacional / 12 ECTS	Optatividad transversal / 6 ECTS
Formación en centros de trabajo / 22 ECTS	Prácticas I / 6 ECTS Prácticas II / 6 ECTS <i>*(Siempre que las prácticas se hayan realizado en un Departamento de Marketing)</i>
	ECTS reconocidos: 60 -72*

** Cuando pueda ser reconocida la asignatura de "Prácticas Externas (12 ECTS)" el número total de créditos reconocidos será de 72 ECTS. En el resto de casos será de 60 ECTS."*

MÓDULO PROFESIONAL DE FP: T.S. EN TRANSPORTE Y LOGÍSTICA	ASIGNATURAS DEL GRADO EN MARKETING (PLAN 2020)
---	---



Gestión económica y financiera de la empresa / 12 ECTS	Introducción a la Contabilidad / 6 ECTS Introducción a la Administración de Empresas / 6 ECTS
Inglés / 7 ECTS	Idioma Inglés I / 6 ECTS
Comercialización del transporte y la logística / 7 ECTS	Decisiones sobre Distribución Comercial / 6 ECTS
Gestión administrativa del comercio internacional / 12 ECTS	Gestión Internacional de la Empresa / 6 ECTS
Gestión administrativa del comercio internacional 12 ECTS	Optatividad transversal / 6 ECTS
Gestión administrativa del transporte y la logística / 12 ECTS	Optatividad transversal / 6 ECTS
Formación en Centros de Trabajo / 22 ECTS	Prácticas I / 6 ECTS Prácticas II / 6 ECTS *(Siempre que las prácticas se hayan realizado en un Departamento de Marketing)
	ECTS reconocidos: 42 -54*

* Cuando pueda ser reconocida la asignatura de "Prácticas Externas (12 ECTS)" el número total de créditos reconocidos será de 54 ECTS. En el resto de casos será de 42 ECTS.

Además se han tenido como referencias normativas las siguientes:

· **Ley Orgánica 4/2011**, de 11 de marzo, complementaria de la Ley de Economía Sostenible, por la que se modifican las Leyes Orgánicas 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, y 6/1985, de 1 de julio, del Poder Judicial. La disposición adicional primera, apartado 3 de la Ley Orgánica 4/2011, de 11 de marzo, complementaria de la Ley de Economía Sostenible, establece que las Universidades deberán convalidar al menos 30 créditos ECTS a quienes posean el título de Técnico Superior de Formación Profesional, o equivalente a efectos académicos, y estén cursando enseñanzas universitarias de Grado relacionadas con dicho título.

· El artículo 10 del **Real Decreto 412/2014** (BOE 07/06/2014) regula los procedimientos generales de admisión en **los enseñanzas universitarias oficiales de grado, señalando:** "Además, en los títulos oficiales de Técnico Superior en Formación Profesional, de Técnico Superior en Artes Plásticas y Diseño y de Técnico Deportivo Superior se tendrá en cuenta su adscripción a las ramas del conocimiento establecidas en el Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre, sobre reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior, así como las relaciones directas que se establezcan entre los estudios anteriormente citados y los Grados universitarios."

· **Real Decreto 1618/2011**, de 14 de noviembre, sobre **reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior**. (BOE 16/12/2011).

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

1) Parte del plan de estudios afectada por el reconocimiento.

El Real Decreto 861/2010 modifica el artículo 6 del Real Decreto 1393/2007, fijando el límite máximo de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral en el 15 % del total de créditos que constituyen el plan de estudios. En el caso de un Grado de 240 ECTS, esto equivale a 36 ECTS.

En base a lo anterior y teniendo en cuenta que la experiencia laboral y profesional aportada por el alumno debe proporcionar las mismas competencias que se adquieren con las asignaturas reconocidas, podrán ser objeto de reconocimiento por experiencia profesional y laboral las siguientes:

- Comunicación Personal y Organizacional (6 ECTS).
- Fundamentos de Marketing (6 ECTS).
- Dirección de Equipos (6 ECTS).



- Estrategias de Marketing Digital (6 ECTS).
- Medición y Analítica Web (6 ECTS).
- Venta Personal y Dirección de Ventas (6 ECTS).
- Prácticas I (6 ECTS).
- Prácticas II (6 ECTS).

2) Definición del tipo de experiencia profesional que podrá ser reconocida y 3) Justificar dicho reconocimiento en términos de competencias ya que el perfil de egresados ha de ser el mismo.

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

La documentación aportada incluirá, en su caso, contrato laboral con alta en la Seguridad Social, acreditado mediante certificado de vida laboral; credencial de prácticas de inserción profesional; certificados de formación de personal; memoria de actividades desempeñadas y/o cualquier otro documento que permita comprobar o poner de manifiesto la experiencia alegada y su relación con las competencias inherentes al título.

El tipo de experiencia que se precisará para el reconocimiento de la asignatura "Comunicación Personal y Organizacional" será el que se describe en la siguiente tabla:

Materia	Asignatura (ECTS)	Competencias Específicas	Justificación
Comunicación	Comunicación Personal y Organizacional (6 ECTS)	CE1, CE12, CE13	<p><u>Tipo de entidades/empresas:</u> Entidades Públicas o Privadas realizando labores propias de un departamento de comunicación. <u>Duración:</u> periodo mínimo 3 meses. <u>Tareas desempeñadas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Formar parte del equipo de comunicación de la entidad, desarrollando las labores inherentes. • Formar parte del equipo de Recursos humanos, desarrollando los planes de Comunicación. • Realización de Campañas • Trabajos de intermediarios entre diferentes equipos, o Empresas. • Trabajos que requieran presentaciones en Público. • Acciones comerciales que impliquen capacidad de transmitir información a diferentes públicos

El tipo de experiencia que se precisará para el reconocimiento de la asignatura "Fundamentos de Marketing" será el que se describe en la siguiente tabla:

Materia	Asignatura (ECTS)	Competencias Específicas	Justificación
Marketing Estratégico y su Operativa	Fundamentos de Marketing (6 ECTS)	CE4, CE6, CE9, CE13, CE21, CE24, CE25, CE26	<p><u>Tipo de entidades/empresas:</u> Entidades Públicas o Privadas que integren funciones comerciales. <u>Duración:</u> periodo mínimo 3 meses. <u>Tareas desempeñadas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en Campañas de Marketing con diferentes instrumentos • Trabajos que impliquen el desarrollo de estudios de mercado • Trabajos en Direcciones Comerciales.

El tipo de experiencia que se precisará para el reconocimiento de la asignatura "Dirección de Equipos" será el que se describe en la siguiente tabla:

Materia	Asignatura (ECTS)	Competencias Específicas	Justificación
---------	-------------------	--------------------------	---------------



Dirección de Equipos	Dirección de Equipos (6 ECTS)	CE17	<p><u>Tipo de entidades/empresas:</u> Entidades Públicas o Privadas que integren funciones comerciales. <u>Duración:</u> período mínimo 3 meses. <u>Tareas desempeñadas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · Dirección de un equipo de Trabajo. · Trabajos relacionados con el liderazgo y coaching organizativo
----------------------	-------------------------------	------	---

El tipo de experiencia que se precisará para el reconocimiento de la asignatura "Venta Personal y Dirección de Ventas" será el que se describe en la siguiente tabla:

Materia	Asignatura (ECTS)	Competencias Específicas	Justificación
Dirección Comercial y Distribución	Venta Personal y Dirección de Ventas (6 ECTS)	CE16,CE19, CE20	<p><u>Tipo de entidades/empresas:</u> Entidades públicas o privadas que integren funciones comerciales. <u>Duración:</u> período mínimo 3 meses. <u>Tareas desempeñadas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · Funciones en el desarrollo de perfiles de los equipos comerciales. Sectores y mercados. · Trabajos relacionados con la motivación de los equipos comerciales. · Desarrollos de Planes de carrera, incentivos y sistemas de retribución del área comercial de la empresa. · La organización de departamentos comerciales.

El tipo de experiencia que se precisará para el reconocimiento de la asignatura "Estrategias de Marketing Digital" será el que se describe en la siguiente tabla:

2141g-
no-
na-
oras
(174)
PS)
cí-
fi-
cas
171a2,
C17a2,
C17a3)
E1a3
de
171a1-
dekem-
ping-
de:
en-
tal
da-
des
pú-
bli-
cas
o
pri-
va-
das
con
de-
par-
ta-
men-
tos
de
mar-
ke-



ting
y
co-
mer-
cia-
les.
Du-
ra-
ción:
pe-
rí-
do
mi-
ni-
mo
3
me-
ses.
Ta-
reas
desem-
pe-
ña-
das:
.
Di-
rec-
ción
de
Mar-
ke-
ting
Di-
gi-
tal
.
Pla-
ni-
fi-
ca-
ción
y
desa-
rro-
llo
de
pla-
nes
de
mar-
ke-
ting
di-
gi-
tal:
Ana-
li-
zar
es-
tra-
te-
gias
de
mar-
ke-
ting
di-
gi-
tal
de
la
com-

CSV: 442552049508881768398949 - Verificable en <https://sede.educacion.gob.es/cid> y Carpeta Ciudadana <https://sede.administracion.gob.es>



pen-
ten-
cia.
Di-
se-
ñar
es-
tra-
te-
gias
de
mar-
ke-
ting
di-
gi-
tal
y
rea-
li-
zar
las
pre-
vi-
sio-
nes
pa-
ra
eje-
cu-
tar-
las.
Eva-
lua-
ción
de
pla-
nes
de
mar-
ke-
ting
di-
gi-
tal.
Rea-
li-
zar
las
pre-
vi-
sio-
nes
ne-
ce-
sa-
rias
pa-
ra
su
eje-
cu-
ción,
to-
man-
do
co-
mo
ba-
se
el



diag-
nos-
ti-
co
es-
tra-
té-
gi-
co

El tipo de experiencia que se precisará para el reconocimiento de la asignatura "Medición y Analítica Web" será el que se describe en la siguiente tabla:

~~21~~
~~no~~
~~ta~~
~~mas~~
~~(45)~~
~~PS)~~
cí-
fi-
cas
~~1012~~
~~1014~~
~~1015~~
~~Di-~~
~~na-~~
~~dal~~
desiem-

pre-
Web
En-
ti-
da-
des
pú-
bli-
cas
o
pri-
va-
das
con
de-
par-
ta-
men-
tos
de
mar-
ke-
ting
y
co-
mer-
cia-
les.
Du-
ra-
ción:
pe-
río-
do
mí-
ni-
mo
3
me-
ses.
Ta-



reas
desem-
pe-
ña-
das:

Fun-
cio-
nes
de
com-
mu-
nity
ma-
na-
ger.
Aná-
li-
sis
y
me-
di-
ción
de
pla-
nes
de
mar-
ke-
ting.
·Uso
de
he-
rra-
mien-
tas
de
me-
di-
ción
(Goo-
gle
Ana-
lity)

El tipo de experiencia que se precisará para el reconocimiento de la asignatura "Prácticas I" será el que se describe en la siguiente tabla:

Materia	Asignatura (ECTS)	Competencias Específicas	Justificación
Prácticas Externas	Prácticas I (6 ECTS)	CE28	<p><u>Tipo de entidades/empresas:</u> Entidades públicas o privadas con departamentos de marketing y comerciales. <u>Duración:</u> período mínimo 3 meses. <u>Tareas desempeñadas:</u> · Investigación y Análisis de mercado y entorno: Analizar la empresa. Buscar datos sobre el mercado, la competencia, la legislación, la tecnología y el Sector en general. · Planificación comercial: Diseñar las líneas comerciales de la empresa y realizar las previsiones necesarias para su ejecución, tomando como base el diagnóstico estratégico · Desarrollo de Producto: Evaluación, confirmación y modificación de los productos que ofrece la empresa. Creación, desarrollo y lanzamiento de nuevos productos. · Planificación y ejecución comercial: Realización de previsiones de venta y organización del equipo de vendedores. Selección del canal comercial y de distribución · Comunicación. Promoción</p>



General y Promoción hacia red de ventas: Diseño, ejecución y evaluación de acciones de comunicación destinadas a dar a conocer la empresa y/o sus servicios al cliente final y a la red de vendedores.
 · **Ventas, Comercialización directa y fidelización:** Ejecutar una acción de venta en contacto directo con consumidores o distribuidores. Evaluar e incentivar la satisfacción del cliente y su vinculación.
 · **Control comercial:** Controlar y evaluar los diferentes aspectos de la comercialización: vendedores, producto, clientes, acciones de comunicación. En relación con los objetivos alcanzados y los potenciales

El tipo de experiencia que se precisará para el reconocimiento de la asignatura "Prácticas II" será el que se describe en la siguiente tabla:

Materia	Asignatura (ECTS)	Competencias Específicas	Justificación
Prácticas Externas	Prácticas II (6 ECTS)	CE28	<p>Tipo de entidades/empresas: Entidades públicas o privadas con departamentos de marketing y comerciales. Duración: período mínimo 6 meses. Tareas desempeñadas: · Investigación y Análisis de mercado y entorno: Analizar la empresa. Buscar datos sobre el mercado, la competencia, la legislación, la tecnología y el Sector en general. · Planificación comercial: Diseñar las líneas comerciales de la empresa y realizar las previsiones necesarias para su ejecución, tomando como base el diagnóstico estratégico · Desarrollo de Producto: Evaluación, confirmación y modificación de los productos que ofrece la empresa. Creación, desarrollo y lanzamiento de nuevos productos. · Planificación y ejecución comercial: Realización de previsiones de venta y organización del equipo de vendedores. Selección del canal comercial y de distribución · Comunicación. Promoción General y Promoción hacia red de ventas: Diseño, ejecución y evaluación de acciones de comunicación destinadas a dar a conocer la empresa y/o sus servicios al cliente final y a la red de vendedores. · Ventas, Comercialización directa y fidelización: Ejecutar una acción de venta en contacto directo con consumidores o distribuidores. Evaluar e incentivar la satisfacción del cliente y su vinculación. · Control comercial: Controlar y evaluar los diferentes aspectos de la comercialización: vendedores, producto, clientes, acciones de comunicación. En relación con los objetivos alcanzados y los potenciales</p>

El Departamento de Reconocimiento y Transferencia de Créditos revisará la documentación aportada en cada caso, para verificar que se cumplen los requisitos descritos en el apartado anterior. Asimismo teniendo en cuenta la diversidad de experiencias profesionales que los alumnos pueden aportar, se podrán realizar otros reconocimientos siempre que, siguiendo las directrices del Real Decreto 1393/2007, dichos reconocimientos estén justificado en términos de competencias.



NORMATIVA DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA.

PREÁMBULO

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, recoge ya en su preámbulo que "uno de los objetivos fundamentales de esta organización de las enseñanzas es fomentar la movilidad de los estudiantes, tanto dentro de Europa, como con otras partes del mundo, y sobre todo la movilidad entre las distintas universidades españolas y dentro de una misma universidad. En este contexto resulta imprescindible apostar por un sistema de reconocimiento y acumulación de créditos, en el que los créditos cursados en otra universidad serán reconocidos e incorporados al expediente del estudiante".

Con tal motivo, el RD en su artículo sexto "Reconocimiento y transferencia de créditos" establece que "las universidades elaborarán y harán pública su normativa sobre el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos". Dicho artículo establece unas definiciones para el reconocimiento y para la transferencia que modifican sustancialmente los conceptos que hasta ahora se venían empleando para los casos en los que unos estudios parciales eran incorporados a los expedientes de los estudiantes que cambiaban de estudios, de plan de estudios o de universidad (mediante las figuras de la convalidación y la adaptación).

La Universidad Internacional de La Rioja comparte entre sus principios fundamentales la necesidad de intercambio y movilidad del estudiante como parte del enriquecimiento personal y la excelencia profesional en el entorno del Espacio Europeo de Educación Superior.

Las modificaciones incorporadas por el Real Decreto 861/2010 amplían y regulan con mayor detalle el marco en el que pueden realizarse los reconocimientos de créditos por experiencia profesional o laboral, Títulos Propios Universitarios y otras Enseñanzas Superiores no universitarias. Finalmente el Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre fija las reglas que favorecen el reconocimiento entre los títulos universitarios de graduado, los títulos de graduado en enseñanzas artísticas, los títulos de técnico superior en artes plásticas y diseño, los títulos de técnico superior de formación profesional, y los títulos de técnico deportivo superior, tratando para ello de establecer, como indica en su exposición de motivos, "las «pasarelas» entre titulaciones directamente relacionadas".

Con fecha 23 de julio de 2020 el Consejo Directivo ha aprobado la modificación de estas normas.

CAPÍTULO I. OBJETO, ÁMBITO, RESPONSABLES Y PROCEDIMIENTO

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación

La finalidad de esta normativa es regular los procedimientos de reconocimiento y transferencia de créditos que se han de aplicar en las titulaciones de Grado, Máster y Doctorado de la Universidad Internacional de La Rioja que formen parte de su oferta educativa dentro del Espacio Europeo de Educación Superior, desarrolladas al amparo del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre.

Artículo 2. Definiciones

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

Se entenderá por reconocimiento la aceptación por parte de la Universidad Internacional de La Rioja de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en la misma u otra universidad, son computados en otras enseñanzas distintas cursadas en nuestra universidad a efectos de la obtención de un título oficial. Así mismo, podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales o en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos, a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.

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

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



Se denominará Resolución de Reconocimiento y Transferencia al documento en el cual la autoridad académica correspondiente refleja el acuerdo de reconocimiento y transferencia de los créditos objeto de solicitud. En ella, deberán constar: los créditos reconocidos y transferidos y, en su caso, las asignaturas o materias que deberán ser cursadas y las que no, por considerar adquiridas las competencias de esas asignaturas en los créditos reconocidos. Corresponderá a la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de la Universidad Internacional de La Rioja, la aprobación del modelo de dicha resolución.

Artículo 3. Órganos y unidades responsables

1. Rector. Es el responsable de dictar resolución de reconocimiento y transferencia y resolver los recursos que pudieran plantearse. Dicha competencia podrá delegarla por escrito en los Decanos o Directores de Centros.

2. Comisión de Reconocimiento y Transferencia de la Universidad. Estará formada por los siguientes miembros:

- El Secretario General que actuará como presidente por Delegación del Rector.
- El Decano de cada Facultad que podrá delegar en el Vicedecano o Vicedecanos cuando así lo estime procedente.
- El Director del Departamento de Calidad, o persona en quien delegue.
- El Jefe de Área de Reconocimientos y Transferencia de Créditos que actuará como Secretario de la Comisión.

Serán funciones de la Comisión las siguientes:

a) Autorizar las propuestas de reconocimiento y transferencia de créditos solicitadas por los alumnos e informadas por el Coordinador Académico de la titulación, de acuerdo con el procedimiento establecido en el artículo 4.

b) Mantener actualizado un catálogo de todas las materias y actividades cuyo reconocimiento haya sido informado o autorizado previamente. Para las materias y actividades incorporadas en dicho catálogo procederá, directamente, la resolución del Rector, sin que sea necesaria la emisión de nuevo informe del Coordinador Académico del título.

c) Informar las reclamaciones que se planteen ante el Rector contra Resoluciones de Reconocimiento y Transferencia.

d) Aclarar e interpretar las prescripciones establecidas en la presente normativa y dictar las resoluciones que procedan de homogeneización y estandarización de criterios.

3. Coordinador Académico de Titulación. Será el encargado de informar las peticiones de reconocimiento y transferencia de los alumnos de acuerdo con lo establecido en la presente normativa y las directrices que dicte la Comisión de Reconocimiento y Transferencia.

4. Unidad de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la Universidad. Es el equipo técnico administrativo encargado de dar soporte a la Comisión de Reconocimientos, al Coordinador del Título y al Rector en el proceso de Autorización del Reconocimiento.

Artículo 4. Procedimiento y Plazos

El reconocimiento de créditos previo a la matrícula podrá ser solicitado hasta 10 días antes de la formalización de la matrícula. Las solicitudes acompañarán la documentación necesaria para proceder al reconocimiento: Copia de

Certificación Académica y, en el caso de ser requeridos, los programas de las materias o asignaturas, así como cualquier documentación justificativa de la experiencia profesional acreditada, y títulos propios universitarios. El procedimiento podrá iniciarse por vía telemática, para lo que el estudiante aportará copia escaneada de los documentos indicados. Solo en el caso de que prosperase la solicitud de reconocimiento será necesario aportar los originales de dichos documentos o copia compulsada de los mismos.

Una vez recibidas las solicitudes, la Unidad de Reconocimientos remitirá al Coordinador Académico las propuestas de reconocimientos que no estén incluidas en el catálogo a que se refiere el artículo 3.1.b anterior. El coordinador académico dispondrá de un plazo de 3 días hábiles para emitir informe. Este informe no tendrá carácter vinculante.

De no emitirse el informe en el plazo señalado, se proseguirá con las actuaciones. El informe emitido fuera de plazo no habrá de ser tenido en cuenta al dictar resolución.

La Comisión de Reconocimiento y de Transferencia autorizará los reconocimientos que procedan elaborando la propuesta de Resolución. Con carácter previo a la Propuesta definitiva de resolución se pondrá en conocimiento del es-



tudiante la propuesta de reconocimiento (Estudio Previo de Reconocimiento), a fin de que pueda formular las alegaciones que estime oportunas. En tal caso, el Coordinador y la Comisión de Reconocimientos las estudiarán y realizarán, en su caso, una nueva propuesta de resolución.

No podrá dictarse resolución por el Rector hasta tanto no conste en el expediente la documentación original o compulsada acreditativa de las competencias y conocimientos alegados previamente. La eficacia de la resolución del Rector quedará supeditada al abono por el alumno de la tasa de reconocimiento que corresponda.

El plazo máximo para resolver y notificar las resoluciones será de tres meses a partir del día siguiente al de entrada de la solicitud en la Universidad Internacional de La Rioja. El vencimiento del plazo máximo sin haberse notificado resolución expresa legitima al interesado o interesados que hubieran deducido la solicitud para entenderla desestimada por silencio administrativo.

CAPÍTULO II. RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

Artículo 5.- Reconocimiento de Créditos. Disposiciones generales

Los créditos, en forma de unidad evaluada y certificable, pasarán a consignarse en el expediente del estudiante con expresión de la tipología de origen y destino de la materia y la calificación de origen, con indicación de la universidad en la que se cursaron.

El formato y la información que se han de incluir en las certificaciones académicas oficiales y personales serán los que se determinen por la Comisión de Reconocimiento y Transferencia.

En todo caso no podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de grado y máster.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 3.1.b anterior, la Universidad podrá establecer, directamente o previa suscripción de convenios de colaboración, tablas de equivalencia, para posibilitar el reconocimiento parcial de estudios nacionales o extranjeros, a fin de facilitar la movilidad de estudiantes y la organización de programas interuniversitarios, todo ello de conformidad con lo establecido en el R.D. 1393/2007. Estas tablas deberán aprobarse con carácter previo por la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos.

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

Salvo la garantía dispuesta en el artículo siguiente para el reconocimiento de créditos básicos, el reconocimiento se realizará teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos adquiridos, bien en otras materias o enseñanzas cursadas por el estudiante o bien asociados a una previa experiencia profesional y los previstos en el plan de estudios o que tengan carácter transversal. En todo caso, deberá garantizarse una adecuación entre competencias, contenidos y carga lectiva de un mínimo del 75% para que el reconocimiento pueda autorizarse.

Como excepción a lo previsto en el párrafo anterior, se podrá admitir un reconocimiento con una adecuación de la carga lectiva de un mínimo del 60% (la adecuación de competencias deberá ser, en todo caso, de un mínimo del 75%), cuando se de alguno de estos supuestos:

- Que se trate de una adaptación de un plan de estudios anterior de la misma titulación.
- Que el reconocimiento se realice en el marco de un convenio de doble titulación o de título conjunto.

En el caso de reconocimiento de créditos entre estudios correspondientes a enseñanzas diferentes, serán de aplicación específicamente los límites al reconocimiento que figuran en el artículo 6 del Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre.

Artículo 6. Reconocimiento de créditos de formación básica

En consonancia con lo dispuesto en el Real Decreto 1393/2007, siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento al menos el 15 por ciento de los créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.

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

En el caso de los créditos en materias obligatorias, optativas y de prácticas externas, se tendrá en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos aportados por el estudiante y los previstos en el plan de estudios de destino.



Se aplicará a los créditos reconocidos la calificación de origen que corresponda. Cuando ello sea necesario, se especificará la calificación media ponderada de los créditos reconocidos, de acuerdo con la Normativa sobre Calificaciones y Media de Expediente de la Universidad Internacional de La Rioja.

Excepcionalmente, se podrán reconocer como créditos optativos en la titulación de destino, los superados por el estudiante en la titulación de origen, aun cuando no tengan equivalencia en materias concretas, cuando, atendiendo a su carácter transversal, su contenido se considere adecuado a los objetivos y competencias del título.

Si el alumno acredita, mediante certificación fehaciente expedida por la Escuela Oficial de Idiomas o por otro Centro Superior o Universidad de reconocido prestigio, el conocimiento de uno o más idiomas, dentro del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas, de manera que resulte patente que posee las competencias y conocimiento asociados a una determinada materia de aprendizaje lingüístico, podrá ser autorizado a que, si lo solicita, le sean reconocidos los créditos correspondientes a dicha materia, con la calificación de Apto. En este supuesto, la asignatura reconocida no computará en el cálculo de la nota media del expediente.

Artículo 8. Transferencia de créditos

Los créditos superados por el estudiante en enseñanzas universitarias oficiales que no hayan conducido a la obtención de un título oficial y que no hayan sido objeto de reconocimiento, podrán consignarse en el expediente del estudiante. La solicitud de transferencia requerirá previamente el traslado de expediente y el abono de la tasa correspondiente.

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

CAPÍTULO III. RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS. ESPECIFICIDADES

Artículo 9. Reconocimiento de experiencia laboral y profesional y de enseñanzas universitarias no oficiales

9. 1. Reconocimiento de experiencia laboral y profesional

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

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

Cuando el expediente documental no se evidencie claramente que el solicitante haya adquirido las competencias alegadas, se procederá a la evaluación de competencias del candidato por parte del Coordinador Académico del Título. Podrá evaluarse mediante entrevista profesional, simulaciones, pruebas o informes estandarizados de competencia u otros métodos afines.

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

Cuando la experiencia acreditada aporte competencias y conocimientos inherentes al título, pero que no coincidan con los de ninguna materia en particular, podrán reconocerse, atendiendo a su carácter transversal, en forma de créditos optativos.

El reconocimiento de estos créditos se calificará como APTO y no computarán a efectos de baremación del expediente.

9. 2. Reconocimiento de enseñanzas universitarias no oficiales

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

El reconocimiento de estos créditos se calificará como APTO y no computarán a efectos de baremación del expediente.



El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios, salvo en el caso previsto en el artículo 6.4. del Real Decreto 1393/2007.

Artículo 10. Reconocimiento de estudios de enseñanzas superiores oficiales no universitarias

El reconocimiento de créditos por estudios superiores no universitarios se regulará por lo dispuesto en el R.D. 1618/2011, de 14 de noviembre, sobre reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior, así como por los acuerdos que en su caso se suscriban con la Administración Educativa correspondiente y por lo dispuesto en la presente normativa.

Artículo 11. Reconocimiento de estudios completados de un plan de estudios desarrollado según regulaciones anteriores

En el caso de titulados de planes antiguos y siempre que ambas titulaciones pertenezcan a la misma rama de conocimiento, si la titulación de destino es un grado, se reconocerán un mínimo del 15% de los créditos de la titulación de destino, por considerar que el título obtenido le aporta las competencias básicas de la rama.

No obstante lo previsto en el apartado anterior, cuando la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos considere que, por disparidad metodológica o material de las enseñanzas ya cursadas, no se han adquirido suficientemente los contenidos y competencias básicas del título de destino, podrá restringir el alcance del reconocimiento, a fin de garantizar que el estudiante pueda incorporarse adecuadamente a las enseñanzas del título de destino.

Respecto del resto de créditos se podrá realizar un reconocimiento asignatura por asignatura, de acuerdo con lo previsto en el artículo 7 anterior.

Artículo 12. Reconocimiento de estudios parciales de un plan de estudios desarrollado según regulaciones anteriores

Podrá realizarse el reconocimiento teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos adquiridos de acuerdo con lo previsto en el artículo 7 anterior.

A efectos de lo dispuesto en el artículo 11 y en el párrafo anterior de este artículo, respecto del reconocimiento de créditos, se entenderá que la carga lectiva de un crédito de anteriores sistemas educativos equivale a un crédito ECTS.

Artículo 13. Reconocimiento de estudios parciales oficiales extranjeros

En el caso de estudios universitarios oficiales extranjeros, podrá realizarse el reconocimiento teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos adquiridos de acuerdo con lo previsto en el artículo 7 anterior.

En el supuesto de Títulos Propios Universitarios extranjeros, se atenderá a lo dispuesto en el artículo 9.

En el supuesto de Títulos Extranjeros de Enseñanza Superior no Universitaria, podrán ser objeto de reconocimiento, de acuerdo con el artículo 10 anterior, condicionado a la obtención de la homologación del título al correspondiente título español de Enseñanza Superior no Universitaria.

Artículo 14. Reconocimiento de créditos por la participación en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación

Conforme a lo que establece el artículo 46.2.i.) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades y el artículo 12.8, del Real Decreto 1393/2007, "los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación". Este reconocimiento se llevará a cabo de acuerdo con los siguientes criterios:

a) Será aplicable en los títulos de grado. El número máximo de créditos que podrá ser objeto de reconocimiento será el que establezca en la memoria del título. El Plan de Estudios habrá sido configurado de modo que, al menos, sean susceptibles de reconocimiento, 6 créditos sobre el total de dicho plan.

b) La actividad objeto de reconocimiento deberá haber sido desarrollada durante el período de estudios universitarios (período comprendido entre el acceso a la Universidad Internacional de La Rioja y la obtención del título), salvo que se trate habilidades lingüísticas acreditadas, en cuyo caso se podrán admitir certificados oficiales expedidos al estudiantado antes de comenzar sus estudios en UNIR.



c) Las actividades específicas por las que puede ser solicitado el reconocimiento habrán de haber sido aprobadas por la Comisión de Reconocimiento y Transferencia.

d) Los créditos reconocidos serán incorporados al expediente del estudiante como "reconocimiento de créditos por participación en actividades universitarias" añadiendo, en su caso, el nombre de la actividad, con la calificación de Apto y no se tendrá en cuenta en la media del expediente académico, salvo que una norma estatal estableciera lo contrario, y eximirán de la realización de los créditos optativos que correspondan.

Disposición Final. Entrada en vigor

Los cambios entrarán en vigor el
27 de julio de 2020.

4.5 CURSO DE ADAPTACIÓN PARA TITULADOS



5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 5: Anexo 1.		
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
Sesiones Presenciales Virtuales		
Recursos didácticos audiovisuales		
Estudio del material básico		
Lectura del material complementario		
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación		
Tutorías		
Trabajo colaborativo		
Examen final		
Realización de prácticas externas (modalidad presencial)		
Realización de prácticas externas (modalidad virtual)		
Redacción de la Memoria de Prácticas		
Lectura de documentación del centro de prácticas		
Tutorías (Prácticas)		
Sesión inicial de presentación de TFG		
Lectura de material en el aula virtual (TFG)		
Tutorías (TFG)		
Sesiones grupales (TFG)		
Elaboración del TFG		
Exposición del TFG		
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Participación del estudiante		
Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos		
Test de evaluación		
Examen final		
Evaluación en base al informe del tutor externo		
Memoria de prácticas		
Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Grado		
Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Grado		
Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Grado		
5.5 SIN NIVEL 1		
NIVEL 2: Derecho		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Derecho
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	



ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Derecho Mercantil y de Sociedades		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Ser capaz de identificar con rigor la legislación aplicable, así como los modelos de contratación y la fiscalidad a las diferentes transacciones empresariales.</p> <p>Ser capaz de elaborar documentos complejos de forma sistemática y rigurosa.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta materia está compuesta por una asignatura obligatoria que ayuda a la comprensión de las relaciones entre empresas y también con los clientes. Conceptos como los Contratos y sus términos, las garantías o los instrumentos jurídicos ayudarán a los alumnos a identificar las principales claves de los negocios nacionales y la base de los internacionales.</p> <p>Derecho Mercantil y de Sociedades:</p> <p>Concepto, caracteres generales y fuentes del derecho mercantil</p> <p>Los contratos mercantiles</p>		



Protección de consumidores y usuarios en la contratación mercantil

Contrato de compraventa

Instrumentos jurídicos del tráfico mercantil.

La estructura de la organización mercantil.

Las sociedades mercantiles: Sociedad anónima.

Sociedad limitada.

Sociedad comanditaria simple y por acciones

Sociedades extranjeras en España.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad de comprender un fenómeno a partir de diferencias y desagregar sistemáticamente sus partes, estableciendo su jerarquía, relaciones entre las partes y sus secuencias.

CG6 - Capacidad para buscar, seleccionar, ordenar, relacionar, evaluar/valorar información proveniente de distintas fuentes.

CG9 - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos.

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT5 - Analizar de forma reflexiva y crítica las cuestiones más relevantes de la sociedad actual que afectan al: impacto social de las actividades empresariales, cambios en las relaciones de género e intergeneracionales, multiculturalidad e interculturalidad, discriminación e inclusión social y desarrollo sostenible.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE8 - Gestionar el cumplimiento de la legislación mercantil y de sociedades en sus implicaciones empresariales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	15	100
Recursos didácticos audiovisuales	6	0
Estudio del material básico	50	0
Lectura del material complementario	25	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	29	0
Tutorías	16	30
Trabajo colaborativo	7	0
Examen final	2	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

No existen datos

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	40.0
Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos	0.0	40.0
Test de evaluación	0.0	40.0
Examen final	60.0	60.0

NIVEL 2: Empresa y Contabilidad



5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
18	6	18
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
12	6	6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Introducción a la Administración de Empresas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Introducción a la Contabilidad		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL



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



ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Creación y Gestión de la Empresa en el Entorno Digital		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Inteligencia de Negocio Aplicada a la Empresa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Dirección de Innovación en un Entorno Digital		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL



Optativa	6	
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Ser capaz de manejar e identificar con ejemplos el lenguaje y los modelos funcionales en una empresa u organización.</p> <p>Ser capaz de conocer y poner en práctica la dinámica del trabajo en equipo.</p> <p>Ser capaz de identificar con rigor profesional las principales herramientas para la gestión contable de la empresa.</p> <p>Ser capaz de gestionar eficazmente los presupuestos y balances de la empresa.</p> <p>Ser capaz de determinar las necesidades financieras de la empresa y, en especial, en el área de Marketing.</p> <p>Ser capaz de conocer los factores que determinan la política de crédito de la empresa.</p> <p>Ser capaz de desarrollar profesionalmente los sistemas de costes de la empresa.</p> <p>Ser capaz de aplicar la calidad en el trabajo en la empresa.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Introducción a la Administración de Empresas:</p> <p>En esta asignatura se pretende proporcionar al alumno los conceptos básicos de la empresa; así como identificar las áreas funcionales de ésta y las principales decisiones que se toman en cada una de ellas. El alumno una vez cursada deberá tener conocimientos de cómo se administra una empresa. Se pretende una revisión introductoria a las funciones de dirección, financiación, producción y marketing, sin olvidar temas de tanta importancia como la naturaleza de la empresa y su entorno, y los instrumentos para la toma de decisiones. Esta asignatura contará con los siguientes bloques temáticos: Naturaleza y concepto de empresa. Los objetivos de la empresa El Empresario, análisis de la función directiva El proceso de dirección. La empresa y su entorno El proceso de producción La estructura organizativa.</p> <p>Con las otras tres seis asignaturas se pretende alcanzar una comprensión clara de los movimientos económicos en la empresa, así como de su previsión, cálculo, síntesis y resultados. Asimismo el objetivo es el de capacitar al alumno para identificar márgenes, escandallos y capacidades económico-financieras de líneas y gamas de producto, además de la fijación de precios. Al mismo tiempo se pretende que el alumno sea capaz de establecer las necesidades financieras de la empresas y, en concreto, en lo que se refiere al área de marketing.</p> <p>Introducción a la Contabilidad:</p> <p>Esta asignatura tiene un carácter prevalentemente introductorio a las diferentes cuestiones contables que serán desarrolladas posteriormente en las otras asignaturas de este módulo que agrupa a todas las que están relacionadas con el área de contabilidad.</p> <p>El alumno que supera esta asignatura deberá ser capaz de captar las transacciones económicas en los libros contables de la empresa, elaborar la información contable de síntesis sobre la riqueza de la empresa, así como de entender e interpretar la información de síntesis (balance, cuenta de resultados y memoria) facilitada por las empresas.</p> <p>Contabilidad de Gestión:</p> <p>Análisis de costes para la toma de decisiones. Coste fijo, variable, directo, indirecto. Margen de contribución.</p> <p>Control de Gestión:</p> <p>Controlling. Sistemas de costes. Costes abc. Consolidación contable. Presupuestos. Presupuestos de viabilidad. Márgenes. Precios.</p>		



Finanzas para Marketing:

Operaciones financieras de la empresa, análisis e interpretación de la información económica y financiera del área de Marketing. Plan financiero. Gestión de activos y pasivos corrientes de la empresa, inventario e identificación de las variables que influyen en la política de crédito de la empresa.

Creación y Gestión de la Empresa en el Entorno Digital:

Se analizará el concepto de emprendedor, cómo reconocer oportunidades de negocios, cómo se elabora un plan de empresa (¿qué es?, ¿para qué sirve?, ¿características y estructura?, pasando por el análisis de las estrategias de negocio (nuevas entradas y liquidación de un negocio, modelos de negocio -startups-). Igualmente, se ofrecerá una visión de las nuevas formas de emprendimiento en la sociedad digital, nuevos sectores y competencias digitales, y cómo aprovechar internet para desarrollar un proyecto de empresa. Por supuesto, sin olvidar la presentación de las medidas de apoyo a la creación de empresas y a los emprendedores (organismos promotores, tipos de subvención/incentivos, recursos financieros de los emprendedores -crowdfunding-). También, se analizarán los pasos para constituir la empresa (elección de la forma jurídica, constitución y puesta en marcha de una Sociedad mercantil, obligaciones tributarias y contables), el plan de marketing (investigación de mercado, características, etapas de preparación), y el plan de inversión-financiación desde una perspectiva práctica usando un software para casos prácticos y herramientas para elaborar y evaluar un plan de viabilidad.

Inteligencia de Negocio Aplicada a la Empresa

Introducción a la inteligencia de negocio aplicada al ámbito empresarial. Herramientas y técnicas de inteligencia de negocio; visualización de datos.

Dirección de Innovación en un Entorno Digital

La innovación transformadora y generadora de valor; Impacto de la innovación en la organización; Ejecución de la estrategia de la innovación para obtener mejores resultados de negocio; organizaciones más ágiles; modelos de innovación.

5.5.1.4 OBSERVACIONES
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - Capacidad de comprender un fenómeno a partir de diferencias y desagregar sistemáticamente sus partes, estableciendo su jerarquía, relaciones entre las partes y sus secuencias.
CG12 - Disposición para asumir responsablemente un comportamiento consecuente con los valores personales y el código deontológico.
CG18 - Capacidad para buscar y compartir información a lo largo de toda la vida con el fin de favorecer su desarrollo personal y profesional, modificando de forma flexible y continua los esquemas mentales propios para comprender y transformar la realidad.
CG2 - Capacidad de determinar eficazmente los fines, metas, objetivos y prioridades de la tarea a desempeñar organizando las actividades, los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.
CG20 - Capacidad de desarrollar un trabajo de calidad de acuerdo a las normas, utilizando indicadores de calidad para su mejora continua.
CG6 - Capacidad para buscar, seleccionar, ordenar, relacionar, evaluar/valorar información proveniente de distintas fuentes.
CG7 - Capacidad de identificar, analizar y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con criterio y de forma efectiva.
CG9 - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos.
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
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
CT3 - Conocer y aplicar los modelos de calidad como eje fundamental en desempeño profesional.
CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo.



CT5 - Analizar de forma reflexiva y crítica las cuestiones más relevantes de la sociedad actual que afectan al: impacto social de las actividades empresariales, cambios en las relaciones de género e intergeneracionales, multiculturalidad e interculturalidad, discriminación e inclusión social y desarrollo sostenible.		
CT1 - Valorar la importancia del trabajo en equipo y adquirir destrezas para trabajar de manera interdisciplinar dentro y fuera de las organizaciones, desde la planificación, el diseño, la intervención y la evaluación de diferentes programas o cualquier otra intervención que lo precisen.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE14 - Aplicar los conceptos de análisis financiero y costes al Plan de Gestión.		
CE27 - Capacidad para desarrollar un plan de negocio ordenadamente y con iniciativa.		
CE3 - Conocer e Identificar las áreas y funciones de gestión nucleares en el funcionamiento de la empresa.		
CE7 - Elaborar y defender informes financieros.		
CE31 - Comprender la relevancia de la inteligencia de negocio en la creación de ventajas competitivas.		
CE32 - Identificar y comprender los factores que afectan al diseño óptimo de estrategias empresariales en un entorno digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	105	100
Recursos didácticos audiovisuales	42	0
Estudio del material básico	350	0
Lectura del material complementario	175	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	203	0
Tutorías	112	30
Trabajo colaborativo	49	0
Examen final	14	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	40.0
Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos	0.0	40.0
Test de evaluación	0.0	40.0
Examen final	60.0	60.0
NIVEL 2: Matemáticas y Estadística		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Estadística
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
	12	6
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9



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



No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estadística Aplicada		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Ser capaz de aplicar científicamente los criterios estadísticos y matemáticos en el desarrollo de previsiones, planificaciones y estimaciones de marketing y de investigación de mercados.</p> <p>Ser capaz de usar la representación gráfica en el trabajo en la empresa.</p> <p>Ser capaz de manejar los elementos básicos de estadística para aplicarlo a problemas empresariales.</p> <p>Conocer y aplicar los conceptos básicos de matemáticas.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta materia es común en cualquier titulación de empresa, pero no dejan de ser necesarias en un entorno cada vez más necesitado del cálculo y los datos como base de estrategias y toma de decisiones.</p> <p>La materia está conformada por las siguientes asignaturas:</p> <p>Fundamentos de Estadística:</p> <p>Estará dedicada a la estadística descriptiva, con un contenido referido a Introducción a la Estadística Descriptiva. Variables estadísticas. Distribuciones de frecuencias. Distribuciones unidimensionales Variables multidimensionales. Regresión lineal. Números índice.</p> <p>Matemáticas Empresariales:</p> <p>Elementos básicos de álgebra lineal. Cálculo diferencial e integral. Derivadas. Integrales. Optimización.</p> <p>Estadística Aplicada:</p> <p>Esta asignatura se corresponderá con un curso básico de inferencia estadística y probabilidad.</p> <p>En cuanto al bloque de probabilidad, se estudia el cálculo de probabilidad sobre variables aleatorias continuas y se analizan los principales modelos de probabilidad que darán paso al bloque de inferencia estadística. En el bloque de inferencia, se profundiza en las técnicas de inferencia estadística tales como la estimación puntual, los intervalos de confianza y los contrastes de hipótesis aplicados sobre las características poblacionales básicas (media, varianza y proporción) y una aplicación particular en la que se estudia la inferencia estadística aplicada al modelo de regresión simple.</p>		



5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad de comprender un fenómeno a partir de diferencias y desagregar sistemáticamente sus partes, estableciendo su jerarquía, relaciones entre las partes y sus secuencias.		
CG6 - Capacidad para buscar, seleccionar, ordenar, relacionar, evaluar/valorar información proveniente de distintas fuentes.		
CG7 - Capacidad de identificar, analizar y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con criterio y de forma efectiva.		
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		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT3 - Conocer y aplicar los modelos de calidad como eje fundamental en desempeño profesional.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE5 - Capacidad de aplicar las matemáticas financieras al mundo de las empresas.		
CE30 - Describir un conjunto de datos, tanto estáticos como dinámicos, utilizando medidas numéricas y gráficas, tanto a nivel univariante como multivariante, poniendo de manifiesto las posibles relaciones entre las variables de interés.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	45	100
Recursos didácticos audiovisuales	18	0
Estudio del material básico	150	0
Lectura del material complementario	75	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	87	0
Tutorías	48	30
Trabajo colaborativo	21	0
Examen final	6	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	40.0
Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos	0.0	40.0
Test de evaluación	0.0	40.0
Examen final	60.0	60.0
NIVEL 2: Comunicación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3



	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Comunicación Personal y Organizacional		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Ser capaz de desarrollar con rigor profesional las principales habilidades de comunicación oral, no verbal, escrita y gráfica en la empresa.</p> <p>Ser capaz de trabajar en equipo en la empresa.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Comunicación Personal y Organizacional:</p> <p>Esta materia tiene como objetivo fundamental que el alumno adquiera conocimientos y destrezas básicas para poder desempeñar adecuadamente la función directiva de comunicación en cualquier contexto.</p> <p>Así, para contribuir al desarrollo del perfil profesional se trabajan habilidades tales como la capacidad de comunicación oral y escrita, empatía y liderazgo.</p>		



La materia se desarrolla a través de una asignatura, **Comunicación Personal y Organizacional** cuyo contenido se expresa a través de habilidades de comunicación oral y escrita -Habilidades de comunicación, contenido y conceptos de la comunicación, oratoria, retórica. Planificación, contenidos y formatos de textos en comunicación. Líneas argumentales. El copy. Los textos comerciales.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad de comprender un fenómeno a partir de diferencias y desagregar sistemáticamente sus partes, estableciendo su jerarquía, relaciones entre las partes y sus secuencias.

CG11 - Capacidad de relacionarse positivamente con otras personas a través de una escucha empática y de la expresión clara y asertiva de lo que se piensa y/o siente, por medios verbales y no verbales.

CG13 - Capacidad de orientar su estudio y aprendizaje de modo cada vez más independiente, desarrollando iniciativa y responsabilidad de su propio

CG15 - Capacidad para modificar las cosas o pensarlas desde diferentes perspectivas, ofreciendo soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones convencionales.

CG16 - Capacidad de influir sobre los individuos y/o grupos anticipándose al futuro y contribuyendo a su desarrollo personal y profesional.

CG17 - Fomentar la disposición proactiva en el desarrollo de actividades y proyectos para implementar las oportunidades y asumir los riesgos necesarios.

CG18 - Capacidad para buscar y compartir información a lo largo de toda la vida con el fin de favorecer su desarrollo personal y profesional, modificando de forma flexible y continua los esquemas mentales propios para comprender y transformar la realidad.

CG19 - Capacidad para reconocerse y valorarse como profesional que ejerce un servicio a la comunidad y se preocupa por su actualización permanente respetando y apoyándose en los valores éticos y profesionales.

CG2 - Capacidad de determinar eficazmente los fines, metas, objetivos y prioridades de la tarea a desempeñar organizando las actividades, los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.

CG3 - Capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CG6 - Capacidad para buscar, seleccionar, ordenar, relacionar, evaluar/valorar información proveniente de distintas fuentes.

CG7 - Capacidad de identificar, analizar y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con criterio y de forma efectiva.

CG8 - Capacidad de examinar y enjuiciar algo, propio o ajeno, con criterios internos o externos.

CG9 - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos.

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT2 - Adquirir un sentido ético de la profesión.

CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo.

CT5 - Analizar de forma reflexiva y crítica las cuestiones más relevantes de la sociedad actual que afectan al: impacto social de las actividades empresariales, cambios en las relaciones de género e intergeneracionales, multiculturalidad e interculturalidad, discriminación e inclusión social y desarrollo sostenible.

CT1 - Valorar la importancia del trabajo en equipo y adquirir destrezas para trabajar de manera interdisciplinar dentro y fuera de las organizaciones, desde la planificación, el diseño, la intervención y la evaluación de diferentes programas o cualquier otra intervención que lo precisen.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Poner en práctica habilidades asociadas a la comunicación en público

CE12 - Identificar, valorar y desarrollar la comunicación no publicitaria de las empresas y organizaciones.

CE13 - Conocer, identificar y gestionar las herramientas de construcción de la identidad corporativa y marca, atendiendo a la segmentación de clientes en empresas y organizaciones.



5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	15	100
Recursos didácticos audiovisuales	6	0
Estudio del material básico	50	0
Lectura del material complementario	25	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	29	0
Tutorías	16	30
Trabajo colaborativo	7	0
Examen final	2	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	40.0
Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos	0.0	40.0
Test de evaluación	0.0	40.0
Examen final	60.0	60.0
NIVEL 2: Psicología		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Comportamiento del Consumidor		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		



ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Ser capaz de aplicar de forma sistemática y rigurosa los principales conocimientos de psicología en la gestión de la experiencia del consumidor. de grupos y personas, tanto en la dinámica de grupos, entrevistas de selección, reuniones de motivación, negociación y formación en la empresa.</p> <p>Ser capaz de trabajar en equipo en la empresa.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta materia es desarrollada por una asignatura, Comportamiento del Consumidor: Estudio del comportamiento del consumidor. Factores externos al consumidor; crossuser y prosumidor. Variables psicológicas (internas) que afectan el comportamiento del consumidor. Proceso de toma de decisiones consumidor. Consumer insight. Detección de insights. Marketing experiencial y sensorial. Otros factores de interés. Modelo Líder-Manager. Organización y Planificación. Organización personal y Administración del tiempo.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad de comprender un fenómeno a partir de diferencias y desagregar sistemáticamente sus partes, estableciendo su jerarquía, relaciones entre las partes y sus secuencias.		
CG10 - Capacidad de comprender y aceptar la diversidad social y cultural como un componente enriquecedor personal y colectivo con el fin de desarrollar la convivencia entre las personas sin incurrir en distinciones de sexo, edad, religión, etnia, condición social y política.		
CG16 - Capacidad de influir sobre los individuos y/o grupos anticipándose al futuro y contribuyendo a su desarrollo personal y profesional.		
CG18 - Capacidad para buscar y compartir información a lo largo de toda la vida con el fin de favorecer su desarrollo personal y profesional, modificando de forma flexible y continua los esquemas mentales propios para comprender y transformar la realidad.		
CG8 - Capacidad de examinar y enjuiciar algo, propio o ajeno, con criterios internos o externos.		
CG9 - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos.		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT2 - Adquirir un sentido ético de la profesión.		
CT1 - Valorar la importancia del trabajo en equipo y adquirir destrezas para trabajar de manera interdisciplinar dentro y fuera de las organizaciones, desde la planificación, el diseño, la intervención y la evaluación de diferentes programas o cualquier otra intervención que lo precisen.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		



CE10 - Identificar y comprender las principales variables psicológicas aplicadas a las relaciones y comunicación humanas entre la empresa y el consumidor.		
CE2 - Identificar y comprender los factores que afectan al comportamiento de los grupos sociales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	15	100
Recursos didácticos audiovisuales	6	0
Estudio del material básico	50	0
Lectura del material complementario	25	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	29	0
Tutorías	16	30
Trabajo colaborativo	7	0
Examen final	2	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	40.0
Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos	0.0	40.0
Test de evaluación	0.0	40.0
Examen final	60.0	60.0
NIVEL 2: Economía y Entorno Económico		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Economía
ECTS NIVEL2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Introducción a la Economía		



5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Economía Española y Mundial		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Ser capaz de analizar entornos económicos y empresariales y su influencia en el ámbito del marketing.</p> <p>Ser capaz de manejar los conceptos esenciales de microeconomía y de macroeconomía y aplicarlos a la toma de decisiones en el mundo de la empresa.</p> <p>Ser capaz de trabajar en equipo en la empresa.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		



Introducción a la Economía:

La asignatura Introducción a la Economía presenta los fundamentos de análisis económico introduciendo un conjunto de conceptos básicos de la Teoría Económica e iniciando a los estudiantes en el método de análisis económico, de forma que constituya una herramienta de utilidad práctica para el estudiante en su futuro desarrollo profesional. Específicamente, se tratan los siguientes temas: I. Economía y sistemas económicos, II. Microeconomía y III. Macroeconomía.

Economía Española y Mundial:

Evolución, análisis de los sectores productivos, aspectos institucionales y organizativos, relaciones económicas exteriores, crecimiento y desarrollo, los procesos de integración económica, el comercio y la inversión internacional.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG10 - Capacidad de comprender y aceptar la diversidad social y cultural como un componente enriquecedor personal y colectivo con el fin de desarrollar la convivencia entre las personas sin incurrir en distinciones de sexo, edad, religión, etnia, condición social y política.

CG16 - Capacidad de influir sobre los individuos y/o grupos anticipándose al futuro y contribuyendo a su desarrollo personal y profesional.

CG18 - Capacidad para buscar y compartir información a lo largo de toda la vida con el fin de favorecer su desarrollo personal y profesional, modificando de forma flexible y continua los esquemas mentales propios para comprender y transformar la realidad.

CG8 - Capacidad de examinar y enjuiciar algo, propio o ajeno, con criterios internos o externos.

CG9 - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos.

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT2 - Adquirir un sentido ético de la profesión.

CT1 - Valorar la importancia del trabajo en equipo y adquirir destrezas para trabajar de manera interdisciplinar dentro y fuera de las organizaciones, desde la planificación, el diseño, la intervención y la evaluación de diferentes programas o cualquier otra intervención que lo precisen.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE2 - Identificar y comprender los factores que afectan al comportamiento de los grupos sociales.

CE33 - Manejar los conceptos esenciales de estructura económica y aplicarlos a la toma de decisiones en el mundo de la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	30	100
Recursos didácticos audiovisuales	12	0
Estudio del material básico	100	0
Lectura del material complementario	50	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	58	0
Tutorías	32	30
Trabajo colaborativo	14	0
Examen final	4	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

No existen datos

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	40.0



Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos	0.0	40.0
Test de evaluación	0.0	40.0
Examen final	60.0	60.0
NIVEL 2: Informática Aplicada		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
6	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Informática Aplicada a la Gestión Comercial		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	



No	No	
NIVEL 3: Tecnología e Información en la Empresa Digital		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Conocer y gestionar las herramientas básicas informáticas que ayudan a gestionar la información de clientes, mercados y competencia. Así como ayudan a la comunicación con los mismos y los equipos comerciales.</p> <p>Comprender los sistemas y tecnologías de la información como recursos de las organizaciones.</p> <p>Conocer y valorar las posibilidades de soporte que los sistemas de software y hardware aportan a la estrategia comercial y digital de una organización.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Materia compuesta por dos asignaturas:</p> <p>Informática Aplicada a la Gestión Comercial al Marketing:</p> <p>Creación de documentos empresariales, sistemas de búsqueda de información, diseño y uso de bases de datos, Excel y SPSS: análisis estadístico básico.</p> <p>Informática de Gestión / TIC aplicadas a las organizaciones; conceptos básicos: TIC, hardware, software, ética y sociología de los sistemas de información, seguridad de los sistemas de información. Bases de datos. Redes de comunicaciones. Aplicaciones informáticas. Tipología de sistemas de información. Implicaciones estratégicas de los sistemas de información. ERP. Sistemas informativos de gestión en el área comercial: Comercio electrónico, CRM, e-CRM, PRM, SCM, Tecnología de Gestión del Conocimiento.</p> <p>Tecnología e Información en la Empresa Digital</p> <p>Bases de datos. Redes de comunicaciones. Comercio electrónico. Aplicaciones informáticas. Tipología de sistemas de información. Implicaciones estratégicas de los sistemas de información.</p> <p>Tecnología Digital y Sistemas Informáticos Comerciales:</p> <p>Fundamentos tecnológicos de la web; Conceptos básicos: Internet, Intranet, Extranet. Protocolos TCP, IP, Dominios, URL, DNS. Conceptos técnicos básicos: Java, JavaScript, XML, http, navegador, cliente-servidor, servidor web, aplicaciones web, servicios. Diseño y programación web constará de la siguiente temática: Lenguaje de programación HTML, Frontpage, Dreamweaver, Diseño y usabilidad. E-commerce: Software y lenguajes necesarios: html, php, CSS. Principales plataformas: Magento, Prestashop, JOOMLA, Drupal. Paneles de control. Funcionalidades. Herramientas para el Catálogo en E-commerce. Medios de pago electrónicos. Logística-pedidos. Facturación. Plataformas comerciales de e-commerce. Herramientas ERP de comercio electrónico. Cadena de valor, ERP.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG5 - Capacidad para utilizar las TIC como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, para el aprendizaje, la investigación y el trabajo cooperativo.		



CG6 - Capacidad para buscar, seleccionar, ordenar, relacionar, evaluar/valorar información proveniente de distintas fuentes.		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT3 - Conocer y aplicar los modelos de calidad como eje fundamental en desempeño profesional.		
CT1 - Valorar la importancia del trabajo en equipo y adquirir destrezas para trabajar de manera interdisciplinar dentro y fuera de las organizaciones, desde la planificación, el diseño, la intervención y la evaluación de diferentes programas o cualquier otra intervención que lo precisen.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE15 - Identificar, Conocer y gestionar los principales paquetes comerciales de gestión informática que aplican las herramientas informáticas al marketing para gestionar la información de clientes, mercados y competencia. Y también a la comunicación con los mismos y los equipos comerciales.		
CE22 - Identificar, ser capaz de seleccionar y aplicar las posibilidades de soporte que los sistemas de software y hardware aportan a la Tecnología Digital y sistemas informáticos comerciales de una organización.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	30	100
Recursos didácticos audiovisuales	12	0
Estudio del material básico	100	0
Lectura del material complementario	50	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	58	0
Tutorías	32	30
Trabajo colaborativo	14	0
Examen final	4	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	40.0
Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos	0.0	40.0
Test de evaluación	0.0	40.0
Examen final	60.0	60.0
NIVEL 2: Lengua Extranjera		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Mixta	Artes y Humanidades	Idioma Moderno
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
	6	6
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		



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



GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
Ser capaz de defender un proyecto empresarial y comercial profesionalmente en inglés ante un grupo de profesionales, tanto a nivel escrito como oral.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>La materia de lenguas Modernas en Inglés extranjera está orientada a lograr una capacitación de los alumnos que les permita abordar negociaciones, conversaciones técnicas y descripciones específicas de producto en inglés. Entender los argumentos esenciales de un discurso normal y desenvolverse en la mayoría de situaciones de comunicación que se pueden dar cuando se viaja. Al mismo tiempo, el alumno será capaz de expresarse de forma sencilla y coherente sobre temas conocidos e intereses personales y explicar o justificar brevemente planes u opiniones.</p> <p>Los contenidos de las dos asignaturas que componen la materia son:</p> <p>Idioma Inglés I. Idioma Inglés II.</p> <p><u>Comunicación para Directivos:</u></p> <p>Reuniones y Negociaciones.</p> <p>Apertura y objeto de la reunión. Acuerdos, desacuerdos e interrupciones.</p> <p>Expresiones idiomáticas comunes para pedir y dar opiniones. Lenguaje de la negociación. Técnicas gramaticales y expresiones útiles para ser más persuasivo y convincente en la negociación.</p> <p><u>Presentaciones</u></p> <p>Perfilar y guionizar una presentación. Línea de argumentación de una presentación.</p> <p>Descripción de imágenes, relaciones y conceptos en el argumento.</p> <p>Técnicas retóricas para hacer que la presentación sea más interesante y eficaz.</p> <p><u>Las preguntas</u></p> <p>Habilidades de Comunicación Empresarial en el Teléfono.</p> <p>Vocabulario y palabras adecuadas, entonación y énfasis.</p> <p>Redacción eficaz de informes.</p> <p>La estructura de un informe. Técnica gramatical, semántica y léxica.</p> <p>Frases convencionales y expresiones utilizadas en los informes. Elaboración, redacción y corrección de informes.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG4 - Capacidad de transmitir, en una lengua diferente a la suya propia, información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado. Esta competencia conlleva el desarrollo de habilidades de comunicación oral y escrita, según el nivel B1, en inglés, de acuerdo con el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
No existen datos		



5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	30	100
Recursos didácticos audiovisuales	12	0
Estudio del material básico	100	0
Lectura del material complementario	50	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	58	0
Tutorías	32	30
Trabajo colaborativo	14	0
Examen final	4	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	40.0
Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos	0.0	40.0
Test de evaluación	0.0	40.0
Examen final	60.0	60.0
NIVEL 2: Marketing Estratégico y su Operativa		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
	30	6
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6	6	12
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Fundamentos de Marketing		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		



CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimstral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Decisiones Estratégicas de Marketing		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimstral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Decisiones sobre Gestión Comercial de Precios		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimstral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6



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



Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Marketing Internacional		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Ser capaz de gestionar con un comportamiento serio y eficaz las diferentes herramientas de marketing operativo y estratégico integrándolas en un todo en beneficio de empresa y consumidor.</p> <p>Ser capaz de usar con rigor la representación gráfica en el trabajo en la empresa. Ser capaz de usar eficazmente la representación escrita en el trabajo en la empresa.</p> <p>Ser capaz de elaborar profesionalmente el plan de comunicación de una organización.</p> <p>Ser capaz de usar con rigor la comunicación oral en el trabajo en la empresa. Ser capaz de usar eficazmente la representación gráfica en el trabajo en la empresa.</p> <p>Ser capaz de elaborar profesionalmente el plan de comunicación de una organización.</p> <p>Ser capaz de usar con rigor la comunicación oral en el trabajo en la empresa. Ser capaz de usar eficazmente la representación gráfica en el trabajo en la empresa.</p> <p>Ser capaz de identificar y valorar con rigor profesional la idoneidad de la imagen , precio y posicionamiento de una organización.</p> <p>Ser capaz de usar con rigor la comunicación oral en el trabajo en la empresa. Ser capaz de usar eficazmente la representación escrita en la empresa. Ser capaz de usar eficazmente la representación gráfica en la empresa.</p> <p>Ser capaz de comprender el comportamiento del consumidor y las variables que condicionan su decisión de compra en diferentes mercados.</p> <p>Ser capaz de seleccionar, gestionar y aplicar eficazmente los canales y modelos de distribución nacional e internacional adecuada para cada producto y /o servicio de una organización.</p> <p>Ser capaz de trabajar en equipo eficazmente.</p>		



Ser capaz de diseñar estrategias de precios según el posicionamiento deseado de la empresa, la sensibilidad de sus clientes o la situación competitiva, entre otros aspectos

Ser capaz de elaborar profesionalmente un plan de marketing internacional con los componentes adecuados en referencia a mercados, productos y canales, así como promoción.

Ser capaz de comunicar oralmente con eficacia a un equipo

Ser capaz de elaborar eficazmente un plan de marketing digital con sus componentes de presencia web, redes sociales y publicidad display en una organización. Ser capaz de trabajar en equipo en una organización.

Ser capaz de elaborar con rigor y profesionalidad una campaña de comercio electrónico para una empresa utilizando el soporte informático, generación comercial web, pasarela de pagos y comunicación digital adecuadas para lograr la conversión y ventas objetivo de dicha campaña.

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

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

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia compuesta por seis asignaturas abarca todos los contenidos de carácter general del área de Marketing que se impartirán en el grado. Los contenidos de esta área con un carácter más específico y que, por lo tanto formen parte de algún itinerario profesional, se incluirán en otros módulos aunque sean del área citada.

Los contenidos a incluir en cada asignatura serán:

Fundamentos de Marketing:

Introducción al papel del marketing en las organizaciones y la sociedad. Introducción a la Planificación estratégica. Gestión del proceso de marketing y su planificación. Sistemas de información e investigación comercial. Análisis del entorno, mercados y comprador empresarial. Análisis de industria y competencia. Desarrollo de producto y marca. Comunicación. Distribución. La función de marketing en las organizaciones. Introducción al Marketing Internacional.

Decisiones Estratégicas de Marketing:

Estrategia y marketing. Análisis interno y externo. Estrategias para la obtención de una ventaja competitiva. Estrategias de crecimiento. Estrategias competitivas. Estrategias de segmentación y posicionamiento.

Decisiones sobre Gestión Comercial de Precios:

Factores condicionantes de las decisiones de precios. Determinación de los costes y análisis financiero. Fijación del precio basada en el cliente y en la competencia. Estrategias de fijación de precios.

Comunicación Comercial:

Comunicación integrada de marketing. Publicidad. Promoción de ventas. Comunicación en internet. Relaciones públicas y patrocinio. Fuerza de ventas. Marketing directo.

Branding y Desarrollo de Producto:

Introducción a la Identidad corporativa. Marca, identidad e imagen percibida. Teorías sobre la personalidad de marca. Segmentación. Posicionamiento. Estrategia de marca. Gestión de la marca y desarrollo de producto y marca. Innovación. Atributos, valores, personalidad y diferenciación. Pricing.

Marketing Internacional:

El entorno del marketing internacional. El proceso de internacionalización de la empresa. Segmentación y posicionamiento en mercados internacionales. Marketing-mix internacional.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad de comprender un fenómeno a partir de diferencias y desagregar sistemáticamente sus partes, estableciendo su jerarquía, relaciones entre las partes y sus secuencias.

CG13 - Capacidad de orientar su estudio y aprendizaje de modo cada vez más independiente, desarrollando iniciativa y responsabilidad de su propio

CG14 - Capacidad de adaptarse a las situaciones cambiantes, modificando la conducta para integrarse, con versatilidad y flexibilidad.

CG15 - Capacidad para modificar las cosas o pensarlas desde diferentes perspectivas, ofreciendo soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones convencionales.



CG18 - Capacidad para buscar y compartir información a lo largo de toda la vida con el fin de favorecer su desarrollo personal y profesional, modificando de forma flexible y continua los esquemas mentales propios para comprender y transformar la realidad.		
CG2 - Capacidad de determinar eficazmente los fines, metas, objetivos y prioridades de la tarea a desempeñar organizando las actividades, los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.		
CG3 - Capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.		
CG5 - Capacidad para utilizar las TIC como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, para el aprendizaje, la investigación y el trabajo cooperativo.		
CG6 - Capacidad para buscar, seleccionar, ordenar, relacionar, evaluar/valorar información proveniente de distintas fuentes.		
CG7 - Capacidad de identificar, analizar y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con criterio y de forma efectiva.		
CG8 - Capacidad de examinar y enjuiciar algo, propio o ajeno, con criterios internos o externos.		
CG9 - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos.		
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		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT2 - Adquirir un sentido ético de la profesión.		
CT3 - Conocer y aplicar los modelos de calidad como eje fundamental en desempeño profesional.		
CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo.		
CT5 - Analizar de forma reflexiva y crítica las cuestiones más relevantes de la sociedad actual que afectan al: impacto social de las actividades empresariales, cambios en las relaciones de género e intergeneracionales, multiculturalidad e interculturalidad, discriminación e inclusión social y desarrollo sostenible.		
CT1 - Valorar la importancia del trabajo en equipo y adquirir destrezas para trabajar de manera interdisciplinar dentro y fuera de las organizaciones, desde la planificación, el diseño, la intervención y la evaluación de diferentes programas o cualquier otra intervención que lo precisen.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE13 - Conocer, identificar y gestionar las herramientas de construcción de la identidad corporativa y marca, atendiendo a la segmentación de clientes en empresas y organizaciones.		
CE21 - Identificar, evaluar y generar las diferentes variables estratégicas e integrarlas en el plan estratégico y de marketing de las empresas y organizaciones.		
CE24 - Conocer las herramientas básicas de soporte informático, generación comercial web , pasarela de pagos y comunicación digital necesarias para la evaluación y gestión de un portal de e-commerce en la empresa.		
CE25 - Identificar y gestionar las estrategias de distribución de las empresas y organizaciones para los mercados nacionales e internacionales.		
CE26 - Identificar, conocer y aplicar los sistemas y herramientas de marketing de los sectores básicos a nivel internacional; gran consumo y alimentación, Industria, servicios y turismo.		
CE4 - Identificar y evaluar las diferentes estrategias de marketing e integrarlas en el plan estratégico de la empresa.		
CE6 - Identificar y gestionar las variables estratégicas clave de comunicación dentro del marketing mix de la empresa.		
CE9 - Dominar los conceptos esenciales para desenvolverse adecuadamente en la toma de decisiones de marketing internacional.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	90	100
Recursos didácticos audiovisuales	36	0
Estudio del material básico	300	0



Lectura del material complementario	150	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	174	0
Tutorías	96	30
Trabajo colaborativo	42	0
Examen final	12	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	40.0
Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos	0.0	40.0
Test de evaluación	0.0	40.0
Examen final	60.0	60.0
NIVEL 2: Dirección de Equipos		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Dirección de Equipos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12



LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
Ser capaz de motivar y gestionar a un equipo de profesionales con rigor desde el enfoque de los objetivos de un plan comercial.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta materia compuesta por una sola asignatura, Dirección de Equipos, forma un cuerpo con materias de formación básica como sociología y psicología en el sentido de la identificación de un cuerpo de contenidos y de conocimientos acordes con una dirección eficaz moderna e implicada con el perfil actual de los directivos. Los contenidos de la asignatura que forma la materia son:</p> <p>La misión del equipo. Normas y cultura del equipo. Los roles del equipo.</p> <p>Sinergia del equipo. Interdependencia y diversidad.</p> <p>La función de un mando: Gestión y Liderazgo. El liderazgo personal.</p> <p>El liderazgo situacional. Barreras de la comunicación directiva.</p> <p>La comunicación efectiva. Las claves de la comunicación.</p> <p>Psicología del interlocutor. Dificultades ante el oyente.</p> <p>Los conflictos. Evolución de los conflictos. Clarificación y negociación de expectativas de roles.</p> <p>Gestión constructiva del conflicto.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG11 - Capacidad de relacionarse positivamente con otras personas a través de una escucha empática y de la expresión clara y asertiva de lo que se piensa y/o siente, por medios verbales y no verbales.		
CG13 - Capacidad de orientar su estudio y aprendizaje de modo cada vez más independiente, desarrollando iniciativa y responsabilidad de su propio		
CG14 - Capacidad de adaptarse a las situaciones cambiantes, modificando la conducta para integrarse, con versatilidad y flexibilidad.		
CG15 - Capacidad para modificar las cosas o pensarlas desde diferentes perspectivas, ofreciendo soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones convencionales.		
CG16 - Capacidad de influir sobre los individuos y/o grupos anticipándose al futuro y contribuyendo a su desarrollo personal y profesional.		
CG17 - Fomentar la disposición proactiva en el desarrollo de actividades y proyectos para implementar las oportunidades y asumir los riesgos necesarios.		
CG18 - Capacidad para buscar y compartir información a lo largo de toda la vida con el fin de favorecer su desarrollo personal y profesional, modificando de forma flexible y continua los esquemas mentales propios para comprender y transformar la realidad.		
CG19 - Capacidad para reconocerse y valorarse como profesional que ejerce un servicio a la comunidad y se preocupa por su actualización permanente respetando y apoyándose en los valores éticos y profesionales.		
CG2 - Capacidad de determinar eficazmente los fines, metas, objetivos y prioridades de la tarea a desempeñar organizando las actividades, los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.		
CG3 - Capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.		



CG6 - Capacidad para buscar, seleccionar, ordenar, relacionar, evaluar/valorar información proveniente de distintas fuentes.		
CG7 - Capacidad de identificar, analizar y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con criterio y de forma efectiva.		
CG8 - Capacidad de examinar y enjuiciar algo, propio o ajeno, con criterios internos o externos.		
CG9 - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos.		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo.		
CT5 - Analizar de forma reflexiva y crítica las cuestiones más relevantes de la sociedad actual que afectan al: impacto social de las actividades empresariales, cambios en las relaciones de género e intergeneracionales, multiculturalidad e interculturalidad, discriminación e inclusión social y desarrollo sostenible.		
CT1 - Valorar la importancia del trabajo en equipo y adquirir destrezas para trabajar de manera interdisciplinar dentro y fuera de las organizaciones, desde la planificación, el diseño, la intervención y la evaluación de diferentes programas o cualquier otra intervención que lo precisen.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE17 - Identificar, conocer y aplicar las fases y herramientas fundamentales de gestión y dirección de los recursos humanos en la empresa.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	15	100
Recursos didácticos audiovisuales	6	0
Estudio del material básico	50	0
Lectura del material complementario	25	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	29	0
Tutorías	16	30
Trabajo colaborativo	7	0
Examen final	2	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	40.0
Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos	0.0	40.0
Test de evaluación	0.0	40.0
Examen final	60.0	60.0
NIVEL 2: Técnicas de Investigación de Mercados		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6	6	



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



GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Ser capaz de planificar, elaborar y desarrollar un plan de investigación de mercados. utilizando las técnicas cuantitativas.</p> <p>Ser capaz de planificar, elaborar y desarrollar un plan de investigación de mercados, utilizando las técnicas cualitativas.</p> <p>Saber identificar las técnicas de investigación de mercado más apropiadas para la toma de decisiones.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Los contenidos de esta materia se dividen en dos asignaturas:</p> <p>Investigación de Mercados I:</p> <p>Marketing e investigación comercial. El proceso de investigación en marketing. Fuentes de información. La investigación cualitativa y la observación. La experimentación comercial.</p> <p>Investigación de Mercados II:</p> <p>Introducción a la investigación cuantitativa. La encuesta. El muestreo. Técnicas de recogida de información. Análisis univariable, bivariable y multivariable.</p> <p>Esta asignatura tiene dos bloques: el primero trata sobre herramientas y técnicas de recogida de datos cuantitativos utilizadas en investigación comercial (elaboración de cuestionarios, métodos de muestreo, tipos de encuesta, panel, ómnibus, tracking, etc.), y el segundo se centra en la aplicación del análisis estadístico en el ámbito de la investigación de mercados (tablas de frecuencia, tablas de contingencia y test de chi-cuadrado, comparación de medias, regresión simple y múltiple, análisis de componentes principales, análisis clúster y análisis discriminante) utilizando un software estadístico tipo SPSS.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad de comprender un fenómeno a partir de diferencias y desagregar sistemáticamente sus partes, estableciendo su jerarquía, relaciones entre las partes y sus secuencias.		
CG10 - Capacidad de comprender y aceptar la diversidad social y cultural como un componente enriquecedor personal y colectivo con el fin de desarrollar la convivencia entre las personas sin incurrir en distinciones de sexo, edad, religión, etnia, condición social y política.		
CG2 - Capacidad de determinar eficazmente los fines, metas, objetivos y prioridades de la tarea a desempeñar organizando las actividades, los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.		
CG6 - Capacidad para buscar, seleccionar, ordenar, relacionar, evaluar/valorar información proveniente de distintas fuentes.		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE11 - Conocer y aplicar los modelos y fuentes de información, así como las herramientas estadísticas básicas de la investigación de mercados.		
CE18 - Capacidad de desarrollar una investigación de mercado conceptual para la empresa.		
CE32 - Identificar y comprender los factores que afectan al diseño óptimo de estrategias empresariales en un entorno digital.		



5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	30	100
Recursos didácticos audiovisuales	12	0
Estudio del material básico	100	0
Lectura del material complementario	50	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	58	0
Tutorías	32	30
Trabajo colaborativo	14	0
Examen final	4	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	40.0
Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos	0.0	40.0
Test de evaluación	0.0	40.0
Examen final	60.0	60.0
NIVEL 2: Dirección Comercial y Distribución		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		12
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Venta Personal y Dirección de Ventas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		



ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Decisiones sobre Distribución Comercial		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Ser capaz de planificar y organizar con eficacia un equipo de comerciales, así como el modelaje de las estructuras y canales ajenos.</p> <p>Ser capaz de elaborar profesionalmente un plan comercial que incluya los aspectos clave de mercados, productos y canales de un mercado concreto.</p> <p>Ser capaz de motivar y gestionar a un equipo de profesionales con rigor sobre la base de un plan comercial, los indicadores de gestión y el perfil de mercado adecuado.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Venta Personal y Dirección de Ventas:</p> <p>Planificación y organización de la fuerza de ventas. Reclutamiento y selección de nuevos vendedores. Formación, motivación y remuneración del equipo de ventas. Evaluación y control de la fuerza de ventas.</p> <p>Decisiones sobre</p>		



Distribución

Comercial

y Redes Comerciales Internacionales:

Distribución. Canales de distribución. Redes Multinacionales. Canales alternativos. La digitalización comercial. Redes de venta. Las redes de venta multinacionales. Dirección, Gestión y remuneración. On trade. Off trade. Trade marketing. Gran distribución a nivel multinacional. Compra local. Negociación con compradores internacionales.

La materia que nos ocupa está compuesta por estas tres asignaturas:

Introducción a la Dirección Comercial:

La organización de las estructuras comerciales de la empresa. Los modelos de referencia comercial. Evolución y desarrollo. La implantación de una red comercial en la empresa. Agentes libres y vendedores propios. Distribuidores y mayoristas. Organización, selección y coordinación de la red comercial.

Planificación, Control y Gestión Comercial Internacional:

El plan comercial. El plan comercial multinacional. Estructura y desarrollo. Claves. Las herramientas de control y rentabilidad de los equipos comerciales. Motivación de los equipos. Rendimiento y eficacia. El cuadro de control por territorios multinacionales. Mercados multinacionales y rendimientos. Reuniones virtuales y convenciones. Reuniones y grupo de trabajo multinacional. Cuadro de mando comercial Internacional.

Desarrollo y Dinamización del Departamento Comercial Internacional:

El perfil de los equipos comerciales. Sectores y mercados. Las claves de motivación de los equipos comerciales. Planes de carrera, incentivos y sistemas de retribución del área comercial de la empresa. Equipos multiculturales. La organización de departamentos comerciales en varias sedes multinacionales.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad de comprender un fenómeno a partir de diferencias y desagregar sistemáticamente sus partes, estableciendo su jerarquía, relaciones entre las partes y sus secuencias.

CG11 - Capacidad de relacionarse positivamente con otras personas a través de una escucha empática y de la expresión clara y asertiva de lo que se piensa y/o siente, por medios verbales y no verbales.

CG13 - Capacidad de orientar su estudio y aprendizaje de modo cada vez más independiente, desarrollando iniciativa y responsabilidad de su propio

CG16 - Capacidad de influir sobre los individuos y/o grupos anticipándose al futuro y contribuyendo a su desarrollo personal y profesional.

CG17 - Fomentar la disposición proactiva en el desarrollo de actividades y proyectos para implementar las oportunidades y asumir los riesgos necesarios.

CG2 - Capacidad de determinar eficazmente los fines, metas, objetivos y prioridades de la tarea a desempeñar organizando las actividades, los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.

CG6 - Capacidad para buscar, seleccionar, ordenar, relacionar, evaluar/valorar información proveniente de distintas fuentes.

CG7 - Capacidad de identificar, analizar y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con criterio y de forma efectiva.

CG9 - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos.

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT2 - Adquirir un sentido ético de la profesión.

CT3 - Conocer y aplicar los modelos de calidad como eje fundamental en desempeño profesional.

CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo.

CT1 - Valorar la importancia del trabajo en equipo y adquirir destrezas para trabajar de manera interdisciplinar dentro y fuera de las organizaciones, desde la planificación, el diseño, la intervención y la evaluación de diferentes programas o cualquier otra intervención que lo precisen.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS



CE16 - Conocer las diferentes posibilidades de organización de las estructuras comerciales de la empresa.		
CE19 - Ser capaz de organizar un plan comercial para la empresa.		
CE20 - Conocer y desarrollar las claves de motivación de los equipos comerciales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	30	100
Recursos didácticos audiovisuales	12	0
Estudio del material básico	100	0
Lectura del material complementario	50	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	58	0
Tutorías	32	30
Trabajo colaborativo	14	0
Examen final	4	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	40.0
Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos	0.0	40.0
Test de evaluación	0.0	40.0
Examen final	60.0	60.0
NIVEL 2: Gestión Internacional de la Empresa		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Gestión Internacional de la Empresa		



5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Financiación Internacional		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
Ser capaz de elaborar, gestionar y aplicar según las convenciones internacionales y con rigor profesional los conceptos clave en operaciones internacionales; contratación, transporte, seguro, financiación de las operaciones internacionales y pago.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Esta materia, Gestión internacional de la Empresa, tiene como objetivo ofrecer al alumno la posibilidad de obtener una formación de excelencia en esta área.		



Se compone de tres
dos
asignaturas:

La asignatura **Gestión Internacional de la Empresa**, tendrá un carácter introductorio de la materia, con el fin de dar al alumno la oportunidad de tener una primera toma de contacto con la materia. Incluirá las siguientes áreas temáticas: Globalización de los mercados. Formas de internacionalización empresarial. Gestión de la empresa multinacional. Contratación internacional.

Financiación Internacional presentará los siguientes contenidos: Los mercados financieros internacionales. Evaluación de riesgos internacionales. Gestión internacional de pagos y cobros. Mercado de divisas y cobertura de riesgos de cambios. El comercio de compensación internacional. Modalidades financieras en operaciones de comercio exterior. Crédito a la exportación. Seguros de crédito a la exportación. Programas de ayuda.

Y por último **Gestión de Operaciones Internacionales** que incluirá: La logística y los transportes internacionales. Política de compras y logística integral. Incoterms 2000. Aduanas. Contratación en ámbito internacional.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG17 - Fomentar la disposición proactiva en el desarrollo de actividades y proyectos para implementar las oportunidades y asumir los riesgos necesarios.

CG18 - Capacidad para buscar y compartir información a lo largo de toda la vida con el fin de favorecer su desarrollo personal y profesional, modificando de forma flexible y continua los esquemas mentales propios para comprender y transformar la realidad.

CG2 - Capacidad de determinar eficazmente los fines, metas, objetivos y prioridades de la tarea a desempeñar organizando las actividades, los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.

CG20 - Capacidad de desarrollar un trabajo de calidad de acuerdo a las normas, utilizando indicadores de calidad para su mejora continua.

CG5 - Capacidad para utilizar las TIC como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, para el aprendizaje, la investigación y el trabajo cooperativo.

CG6 - Capacidad para buscar, seleccionar, ordenar, relacionar, evaluar/valorar información proveniente de distintas fuentes.

CG7 - Capacidad de identificar, analizar y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con criterio y de forma efectiva.

CG9 - Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos.

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT2 - Adquirir un sentido ético de la profesión.

CT3 - Conocer y aplicar los modelos de calidad como eje fundamental en desempeño profesional.

CT1 - Valorar la importancia del trabajo en equipo y adquirir destrezas para trabajar de manera interdisciplinar dentro y fuera de las organizaciones, desde la planificación, el diseño, la intervención y la evaluación de diferentes programas o cualquier otra intervención que lo precisen.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE21 - Identificar, evaluar y generar las diferentes variables estratégicas e integrarlas en el plan estratégico y de marketing de las empresas y organizaciones.

CE3 - Conocer e Identificar las áreas y funciones de gestión nucleares en el funcionamiento de la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	30	100
Recursos didácticos audiovisuales	12	0
Estudio del material básico	100	0
Lectura del material complementario	50	0



Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	58	0
Tutorías	32	30
Trabajo colaborativo	14	0
Examen final	4	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	40.0
Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos	0.0	40.0
Test de evaluación	0.0	40.0
Examen final	60.0	60.0
NIVEL 2: Marketing Digital		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	36	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	12	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
24		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Gestión de Comunidades Virtuales y Redes Sociales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12



LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Comercio Electrónico		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estrategias de Marketing Digital		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No



FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Plan de Marketing Digital		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Marketing Móvil		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Medición y Analítica Web		



5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Ser capaz de manejar e identificar con ejemplos el lenguaje, modelos y herramientas de aplicación de Marketing digital</p> <p>Ser capaz de aplicar científicamente la práctica del marketing digital:</p> <p>Ser capaz de desarrollar una campaña integral de marketing digital en entornos internacionales</p> <p>Ser capaz de identificar y comprender los factores que afectan al diseño óptimo de estrategias empresariales en internet</p> <p>Conocer las herramientas de análisis estratégico más comunes en el análisis de la empresa y su entorno en el ámbito digital</p> <p>Ser capaz de elaborar planes de marketing de acuerdo con los objetivos y recursos disponibles, a través de las herramientas y aplicaciones existentes en el ámbito digital</p> <p>Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad en el desarrollo y/o aplicación de las nuevas tecnologías aplicadas al ámbito del marketing y la comunicación digitales.</p> <p>Dominar las principales variables de medición de resultados en el entorno online y las herramientas tecnológicas disponibles para optimizar los medios y aumentar el tráfico de usuarios</p> <p>Ser capaz de diseñar una campaña integral de marketing digital en entornos internacionales.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta materia, Marketing Digital Internacional, comprende todas las asignaturas que forman parte de la mención del mismo nombre y tiene como objetivo ofrecer al alumno la posibilidad de obtener una formación de excelencia en dicha área dominada por la visibilidad natural internacional de internet:</p> <p>Las asignaturas optativas que componen esta mención son las 7 siguientes: Marketing Móvil en Mercados Internacionales. Gestión Internacional de Comunidades Virtuales y Redes Sociales. Publicidad Internacional Online Display. Publicidad Search Internacional en Buscadores y Posicionamiento: SEM y SEO. Analítica Web Internacional. Aspectos Legales para la Internacionalización Digital y Cultura, Sociedad y Tendencias en Mercados Internacionales.</p> <p>Esta materia compuesta por seis asignaturas engloba aquellos contenidos relacionados directamente con el marketing estratégico y operativo en el entorno digital.</p> <p>Los contenidos a incluir en cada asignatura serán:</p> <p>En la asignatura, Gestión Internacional de Comunidades Virtuales y Redes Sociales:</p> <p>se hará una introducción al <i>community management</i>: el día a día del <i>community manager</i>. Integración en la Estrategia de Comunicación Corporativa. Redes sociales generalistas profesionales, <i>microblogging</i>, CMS. Redacción para soportes <i>online</i>. Aspectos fundamentales de la analítica en medios sociales para un <i>community manager</i>: Google Analytics, métricas y KPI. Monitorización de reputación <i>online</i>. Gestión de la reputación: escucha activa, informe de reputación <i>online</i>. <i>Social media plan</i>: análisis de mercado, refuerzo de notoriedad e imagen de marca, qué dicen de la empresa en internet.</p>		



Funciones del *community manager*.
Clasificación de las redes sociales.
Estrategias de marketing en redes sociales. Social Media Analytics. Social Media Plan.

Comercio Electrónico Internacional:

E-commerce. Plataformas E-commerce. Diseño, desarrollo y mantenimiento de webs vendedoras. Gestión de webs vendedoras. Atención al cliente. Logística en comercio electrónico. Transacciones y medios de pago Internacionales. Legislación y fiscalidad Internacional.

Gestión de la venta *online*.
Mantenimiento y atención al cliente *online*. Herramientas y software para la construcción de la venta *online*. Medios de pago.
Posicionamiento: SEM y SEO. Aspectos legales y éticos del comercio electrónico.

Estrategias de Marketing Digital Internacional:

Internet en las pymes. Modelos de negocio en Internet. Marketing como estrategia para la presencia internacional en Internet. El plan estratégico internacional en Internet. Análisis y monitorización del consumidor internacional en Internet. Investigación. Clientes y competencia. E-research. Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos en Internet. Distribución, organización de ventas. E-commerce. Webs vendedoras. Comunicación en Internet. Search-SEO y SEM. Comunicación en Internet. Display. Publicidad Web. Indicadores, control y resultados en comunicación digital. Redes sociales y comunicación *online*. Reputación *online* e Imagen percibida. Gestor de comunidades *online*. Desarrollo de un plan de negocio en Internet.

El entorno digital. El consumidor en internet.
Segmentos del mercado electrónico. Posicionamiento. La generación de valor en internet. La gestión de la presencia de una marca en internet. Integración de marketing *online* y *offline*. Estrategias de fidelización a través de internet.

Plan de Marketing Digital:

Otra de las asignaturas es **Publicidad Internacional Online Display**, cuyos contenidos se basan en la publicidad *online* internacional y sus formatos. Banners, interstitials, rich media publishers and announcement. Adservers, anuncios de texto y de video, publicidad social display, publicidad comportamental, retargeting, optimización de campañas display. Gestión económica. Rentabilidad y Reporting. La medición y la planificación publicitaria internacional.

Precio, producto y oferta *online*. El mix de comunicación en internet. Desarrollo y gestión de acciones publicitarias *online*. Internet como canal de distribución.

Como continuidad dentro de la materia tenemos la asignatura de Publicidad Search Internacional en Búsqueda y Posicionamiento: SEM y SEO, cuyos contenidos profundizan en la publicidad en buscadores internacionales, la configuración de campañas por mercado, palabras clave, creación de anuncios, resultados y optimización y también en los contenidos de Posicionamiento natural en los mercados internacionales, como estrategia, indexación, optimización on-site, linkbuilding, analítica y herramientas SEO.

Así, en la asignatura **Marketing Móvil en Mercados Internacionales**, se impartirán conocimientos sobre la visión del mercado de internet móvil a nivel internacional. Los mercados principales y emergentes, la penetración de los aparatos móviles, aspectos sociales y nuevas estrategias del consumidor, adaptación a las características del marketing móvil, propuestas de valor de la movilidad, aplicaciones móviles y diseño *responsive*. Extensión de redes de telefonía, uso de aparatos móviles y aplicaciones en los diferentes mercados. Mobile advertising, mobile e-commerce. También se abordará la publicidad, relación y compra por el móvil en los países más activos. Tendencias de consumo. Y por último conceptos relativos a proximidad, geolocalización y códigos.

El móvil como herramienta de marketing.
Estrategias de marketing móvil. El móvil como canal de distribución.
Las aplicaciones móviles.
El comportamiento del consumidor de aplicaciones móviles.

Continuando, la asignatura de

Medición y Analítica Web Internacional contiene módulos cómo instalar un motor de analítica. Métricas y control en los diferentes mercados. Segmentación de clientes. Análisis de la actividad comercial a través de la web, funnel de ventas y cuadros de mando. Variables personalizadas. Valorar y calcular el retorno de la inversión (ROI). Informes principales y cuadros de mando. Herramientas de análisis y monitorización como Google Analytics.

KPIs y principales métricas.
Plan de medición y modelos de atribución. Analítica web avanzada y nuevas tendencias. Herramientas de analítica web (Google analytics).



En cuanto a la asignatura Aspectos Legales para la Internacionalización Digital se abordan unidades relativas a la legislación internacional en comercio electrónico, leyes sobre garantías y consumo, legislación sobre bases de datos, cesión de información confidencial, aspectos legales básicos del producto intelectual enmarcado dentro de la cultura digital, la necesidad de protección de los activos en el mercado digital, introducción a los tratados internacionales sobre protección, contratación y firma electrónica, productos y servicios fruto de la cultura digital en cuanto a I+D y transferencia de tecnología.

Y por último la asignatura optativa Cultura, Sociedad y Tendencias en Mercados Internacionales que aborda la temática relativa a la evolución social, económica, cultural y política de los países desarrollados y emergentes como posibles mercados. Conocer los distintos componentes que conforman los mercados, los principales aspectos sociales, económicos, culturales y políticos que han de tenerse en cuenta a la hora de planificar la internacionalización de un negocio y en la toma de decisiones dentro del marketing internacional:

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad de comprender un fenómeno a partir de diferencias y desagregar sistemáticamente sus partes, estableciendo su jerarquía, relaciones entre las partes y sus secuencias.

CG13 - Capacidad de orientar su estudio y aprendizaje de modo cada vez más independiente, desarrollando iniciativa y responsabilidad de su propio

CG14 - Capacidad de adaptarse a las situaciones cambiantes, modificando la conducta para integrarse, con versatilidad y flexibilidad.

CG15 - Capacidad para modificar las cosas o pensarlas desde diferentes perspectivas, ofreciendo soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones convencionales.

CG17 - Fomentar la disposición proactiva en el desarrollo de actividades y proyectos para implementar las oportunidades y asumir los riesgos necesarios.

CG18 - Capacidad para buscar y compartir información a lo largo de toda la vida con el fin de favorecer su desarrollo personal y profesional, modificando de forma flexible y continua los esquemas mentales propios para comprender y transformar la realidad.

CG2 - Capacidad de determinar eficazmente los fines, metas, objetivos y prioridades de la tarea a desempeñar organizando las actividades, los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.

CG3 - Capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CG5 - Capacidad para utilizar las TIC como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, para el aprendizaje, la investigación y el trabajo cooperativo.

CG6 - Capacidad para buscar, seleccionar, ordenar, relacionar, evaluar/valorar información proveniente de distintas fuentes.

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT2 - Adquirir un sentido ético de la profesión.

CT3 - Conocer y aplicar los modelos de calidad como eje fundamental en desempeño profesional.

CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo.

CT5 - Analizar de forma reflexiva y crítica las cuestiones más relevantes de la sociedad actual que afectan al: impacto social de las actividades empresariales, cambios en las relaciones de género e intergeneracionales, multiculturalidad e interculturalidad, discriminación e inclusión social y desarrollo sostenible.

CT1 - Valorar la importancia del trabajo en equipo y adquirir destrezas para trabajar de manera interdisciplinar dentro y fuera de las organizaciones, desde la planificación, el diseño, la intervención y la evaluación de diferentes programas o cualquier otra intervención que lo precisen.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS



CE2 - Identificar y comprender los factores que afectan al comportamiento de los grupos sociales.		
CE23 - Capacidad para desarrollar una campaña integral de marketing digital.		
CE4 - Identificar y evaluar las diferentes estrategias de marketing e integrarlas en el plan estratégico de la empresa.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	90	100
Recursos didácticos audiovisuales	36	0
Estudio del material básico	300	0
Lectura del material complementario	150	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	174	0
Tutorías	96	30
Trabajo colaborativo	42	0
Examen final	12	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	40.0
Trabajos, proyectos, laboratorios/talleres y/o casos	0.0	40.0
Test de evaluación	0.0	40.0
Examen final	60.0	60.0
NIVEL 2: Prácticas Externas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	12	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Prácticas I		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		



CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Prácticas Externas	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Prácticas II		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Prácticas Externas	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Auditoría de las características y capacidades de los recursos , equipos y estructura comercial de las empresas en las que se realicen prácticas.</p> <p>Diseño, desarrollo y evaluación de procesos de un departamento comercial internacional y/o de un departamento de marketing internacional.</p> <p>Realización de observaciones guiadas por instrumentos y por criterios previamente establecidos.</p> <p>Puesta en práctica de estrategias metodológicas que sirvan para definir novedades en términos de proceso de comercialización internacional.</p>		



Lecturas críticas sobre sistemáticas y procesos de comercialización en las empresas.

Desarrollo de un pensamiento crítico que posibilite procesos de reflexión (teórico#práctica) y la toma de decisiones sobre situaciones de análisis estratégico, desarrollo y lanzamiento de producto, comercialización y selección de canales, así como de publicidad y comunicación internacional.

Elaboración de una memoria del período de prácticas en la que se refleje la actuación llevada a cabo y el análisis y la valoración crítica de la misma.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

En relación a la actividad formativa "Realización de prácticas externas", su presencialidad depende de la opción elegida por el estudiante:

- Modalidad presencial: el valor es de un 100%.
- Modalidad virtual o teletrabajo: entendida esta como presencia síncrona entre estudiante y tutor de prácticas en el centro, depende de las tareas o proyectos realizados por el alumno en el centro de prácticas, no pudiendo ser cuantificada a priori.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG11 - Capacidad de relacionarse positivamente con otras personas a través de una escucha empática y de la expresión clara y asertiva de lo que se piensa y/o siente, por medios verbales y no verbales.

CG14 - Capacidad de adaptarse a las situaciones cambiantes, modificando la conducta para integrarse, con versatilidad y flexibilidad.

CG2 - Capacidad de determinar eficazmente los fines, metas, objetivos y prioridades de la tarea a desempeñar organizando las actividades, los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.

CG7 - Capacidad de identificar, analizar y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con criterio y de forma efectiva.

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo.

CT1 - Valorar la importancia del trabajo en equipo y adquirir destrezas para trabajar de manera interdisciplinar dentro y fuera de las organizaciones, desde la planificación, el diseño, la intervención y la evaluación de diferentes programas o cualquier otra intervención que lo precisen.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE28 - Aplicar los conocimientos y capacidades aportados por los estudios profesionales a casos reales y en un entorno de grupos de trabajo en empresas u organizaciones.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	3	100
Realización de prácticas externas (modalidad presencial)	210	100
Realización de prácticas externas (modalidad virtual)	210	0
Redacción de la Memoria de Prácticas	39	0
Lectura de documentación del centro de prácticas	18	0
Tutorías (Prácticas)	30	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

No existen datos

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación en base al informe del tutor externo	40.0	40.0
Memoria de prácticas	60.0	60.0



NIVEL 2: Trabajo Fin de Grado		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	12	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Trabajo Fin de Grado		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado / Máster	12	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	12	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		



Los contenidos del Trabajo Fin de Grado podrán referirse a los conocimientos y capacidades adquiridos en las distintas materias del Título de Grado. Se hará público, antes de terminar el segundo mes del curso académico, una relación de temas susceptibles de ser desarrollados por el alumnado como Trabajo Fin de Grado, así como los criterios de adjudicación de dichos Trabajos. La relación de trabajos inscritos y tutores asignados en dichos registros será enviada, previamente a su publicación, a la unidad responsable para su supervisión. La publicación del listado citado se realizará antes de que finalicen las clases del primer cuatrimestre.

El trabajo fin de grado estará compuesto por las siguientes fases , una primera fase de análisis y búsqueda de documentación sobre sector, mercado y producto elegido. Una segunda sobre estrategia y diagnóstico de situación, a esta le seguirá el desarrollo de un portafolio de producto/ servicio, que incluirá precio y márgenes. La cuarta fase estará focalizada sobre la elección de canal, según los mercados de expansión determinados, la quinta fase se centrará sobre la comunicación on y off line. Como remate final se plantea un apartado de contingencias y control del proyecto.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Evaluación

El trabajo de fin de grado se realiza individualmente o de manera grupal, con el seguimiento continuo por parte de un profesor-director de TFG, para la elaboración del mismo. ~~En ambos casos, la evaluación del mismo se realiza de manera individual.~~

En este máster se justifica la inclusión de la posibilidad de realizar el Trabajo Fin de Grado de manera grupal, debido a que el Marketing tienen un carácter interdisciplinar, la toma de decisiones estratégica requiere de un trabajo en equipo; también, en el mismo orden de ideas, en el Grado de Marketing convergen alumnos de diversos perfiles profesionales, lo que logra enriquecer sus propuestas y contenidos de sus trabajos.

Así mismo, se tienen presentes las competencias de trabajo en equipo y la de colaboración, éstas demandas por las empresas, esto deriva en un trabajo de calidad fruto de las sinergias entre los diferentes perfiles antes mencionados.

Por esto pensamos que de esta forma se potenciarán estas competencias, lo cual será beneficioso para nuestros alumnos en su vida profesional.

Elaboración, defensa y evaluación de trabajos grupales de fin de grado

Elaboración

En el caso de que el trabajo de fin de grado se realice en grupo, se deberá incluir un apartado específico sobre la organización del grupo dónde se especifiquen las partes en las que se ha dividido el trabajo, los objetivos y responsables de cada una de ellas y los mecanismos de coordinación entre los miembros del grupo.

El director del TFG asegurará un correcto **seguimiento individual** de cada uno de los integrantes del grupo a través de **tutorías individuales (2.5 horas)**. Prestará especial atención a verificar las tareas individualmente realizadas por cada uno de los miembros y su evolución para asegurar que cada uno de los miembros del grupo avanza adecuadamente. **Además**, se realizarán **tutorías grupales (2.5 horas)** con todos los componentes de modo que se pueda garantizar el avance adecuado (tanto individual como grupal) y ajustes del proceso. Estas tutorías servirán de mecanismo corrector para los obstáculos que se puedan observar pudiendo el director del TFG reasignar tareas si el trabajo final se pudiese ver comprometido.

El estudiante que no cumpla la planificación de trabajo comprometida, podrá ser objeto de apercibimiento de expulsión del grupo por parte de su director del trabajo. La persistente falta de colaboración e incumplimiento por parte de alguno de los integrantes del grupo, previamente constatada por el director de TFG y después del correspondiente apercibimiento, podrá tener como consecuencia la expulsión del equipo. El estudiante que resulte expulsado pasará a la realización de un trabajo realizado de manera individual.

En caso de que un estudiante por, cualquiera que sea la causa, hubiera de abandonar un TFG grupal y con el fin de no generar daños al resto del grupo, el Director/Coordinador del título o la Comisión Académica del título, será la encargada de gestionar la reorganización del grupo y de las tareas que queden pendientes de entrega. Así mismo, deberán garantizar la asignación de un nuevo director para el estudiante que hubo de abandonar el grupo, pudiendo encomendarse esta tarea a la propia Comisión Académica o Director/Coordinador del título.

Defensa y evaluación

El director de un TFG en grupo debe realizar el informe de autorización de forma individual para cada uno de los componentes del grupo, teniendo en cuenta para ello el seguimiento individual que haya realizado de cada uno de ellos. Por ello, cabe la posibilidad de que no todos los miembros del equipo obtengan autorización para defensa.

Durante la defensa cada miembro del grupo presentará una de las partes, aunque se le podrá dirigir las cuestiones que considere oportunas a cualquiera de sus componentes o solicitar a cualquier miembro que defienda y explique cualquier parte.

La calificación final se hará de manera individual a cada uno de los componentes del grupo, teniendo en cuenta sus aportaciones al trabajo final y la defensa individual de la parte que haya defendido y las contestaciones a las cuestiones planteadas.

Cabe recordar, según se indica en la ficha de la materia y en el apartado 5.1, que para el trabajo fin de grado la ponderación de los sistemas de evaluación, es la siguiente:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Grado	20 %
Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Grado	30 %
Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Grado	50 %

La **evaluación final** tiene dos componentes: uno individual y otro grupal.

Individual:

"Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Grado". Representa el 30 % de la calificación final y refleja la exposición y defensa individual que el miembro del grupo realice.



"Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Grado". Representa el 50 % de la calificación final y refleja la calificación de la parte del trabajo bajo responsabilidad del estudiante.

De este modo, la calificación individualizada supone el 80 % de la evaluación final.

Grupal:

"Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Grado". Representa el 20 % de la calificación final y, dado que, la estructura del TFG es única, será la misma calificación para todos los miembros del grupo.

De este modo, la calificación grupal supone el 20 % de la evaluación final.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG15 - Capacidad para modificar las cosas o pensarlas desde diferentes perspectivas, ofreciendo soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones convencionales.

CG2 - Capacidad de determinar eficazmente los fines, metas, objetivos y prioridades de la tarea a desempeñar organizando las actividades, los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.

CG6 - Capacidad para buscar, seleccionar, ordenar, relacionar, evaluar/valorar información proveniente de distintas fuentes.

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Valorar la importancia del trabajo en equipo y adquirir destrezas para trabajar de manera interdisciplinar dentro y fuera de las organizaciones, desde la planificación, el diseño, la intervención y la evaluación de diferentes programas o cualquier otra intervención que lo precisen.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE29 - Identificar, ordenar y resumir en un proyecto empresarial los principales conocimientos adquiridos durante los estudios.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesión inicial de presentación de TFG	2	100
Lectura de material en el aula virtual (TFG)	5	0
Tutorías (TFG)	5	100
Sesiones grupales (TFG)	3	100
Elaboración del TFG	283	0
Exposición del TFG	2	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

No existen datos

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Grado	20.0	20.0
Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Grado	30.0	30.0
Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Grado	50.0	50.0



6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Internacional de La Rioja	Profesor Adjunto	30	100	30
Universidad Internacional de La Rioja	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	20	100	20
Universidad Internacional de La Rioja	Ayudante	50	0	50
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 %
55	40	85
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>8.2. Procedimiento para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje</p> <p>La Política de Calidad de UNIR fue definida para promover y garantizar el logro de la misión de la organización. El despliegue de la Política de Calidad se evidencia en la implantación de un Sistema de Aseguramiento Intern de Calidad (SIC), que es de aplicación en cada Centro y Departamento responsables de los Títulos de grado, máster, y doctorado. Dicho sistema queda recogido en el criterio 9 de esta guía y aparece desarrollado en el <i>Manual de calidad</i> y sus procedimientos. La estructura definida en el Manual de Calidad establece que la Unidad de Calidad, UNICA, será el órgano responsable del seguimiento y la toma de decisiones generales sobre el SAIC y de cada titulación, en este último caso recibe la asistencia y colaboración de las Unidades de Calidad de Titulación (en adelante UCT).</p> <p>Para garantizar el adecuado funcionamiento del SAIC se han establecido diferentes instrumentos de seguimiento que aparecen recogidos en el procedimiento PC-6-1.2 donde se describe cómo se realiza la medición, el análisis de los resultados y la mejora continua.</p> <ul style="list-style-type: none"> Las unidades de calidad, que realizan el análisis del progreso, de los resultados de aprendizaje y del logro de los objetivos establecidos inicialmente, elaboran un informe anual de conclusiones indicando las posibles medidas correctivas, en su caso, y el correspondiente informe de propuestas de mejora (DC_6.1.2-1 Informe Anual de la Unidad de Calidad de titulación y DC_6.1.2-3 Informe de propuestas de mejora). La UNICA recibe y analiza la información de cada titulación y de cada Departamento involucrado en la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje realizando, en su caso, las sugerencias que considere oportunas al plan de mejora. <p>En particular, y adaptado a esta titulación y a estos resultados el procedimiento es el siguiente:</p> <p>Tras cada periodo de evaluación, a través de la aplicación informática de informes de calidad, dirección académica del título comprueba si los resultados obtenidos se adecúan a las expectativas, o si por el contrario, es necesario definir alguna medida (en la mayoría de los casos, estas medidas vendrán sugeridas por profesores, alumnos y la propia coordinación).</p> <p>La coordinación académica es la encargada de custodiar los datos y los registros necesarios. Para su custodia y comunicación dispone de un espacio compartido, el REPOSITORIO DOCUMENTAL, donde son controlados los documentos por parte del Departamento de Calidad, pero accesibles para su consulta por parte de todos los usuarios autorizados (PC-6-3 Procedimiento para la aprobación</p>		



modificación de procedimientos y control de la documentación).

Con los datos obtenidos, la coordinación académica realiza un análisis de los mismos y del logro de los objetivos establecidos inicialmente. Elabora un informe anual de conclusiones indicando las posibles medidas correctivas, en su caso, y el correspondiente informe de propuestas de mejora (DC 6.1.2-1 Informe Anual de la Unidad de Calidad de titulación y DC 6.1.2-3 Informe de propuestas de mejora).

UNICA recibe y analiza la información de cada Titulación realizando, en su caso, sugerencias al plan de mejora que se haya establecido en el informe.

UNICA traslada la información a la Comisión Permanente del Consejo Directivo para la aprobación de las medidas propuestas o su desestimación.

Toda información relevante se hace saber a los grupos implicados (ver Plan de comunicación y PA-5.2 de Comunicación Interna)

De este modo, la UNICA tiene una visión conjunta de todas las titulaciones y propone en el pleno de la UNICA, que se reúne al inicio y al final del curso, las acciones de mejora que son necesarias a nivel global de Universidad y ratifica las propuestas de cada UCT para su titulación.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://www.unir.net/universidad-online/manual-calidad-procedimientos/
--------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2013
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
No procede	
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
50088632Z	Eva	Asensio	del Arco
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avda. de La Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
virginia.montiel@unir.net	676614276	902877037	Vicedecana de Gestión de la Facultad
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
24236227T	JUAN PABLO	GUZMAN	PALOMINO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avda. de La Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
virginia.montiel@unir.net	676614276	902877037	Secretario General de la Universidad
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Apartado 11: Anexo 1.			
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
16609588T	Virginia	Montiel	Martín
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO



Avda. de La Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
virginia.montiel@unir.net	676614276	902877037	Responsable de Programas ANECA



Apartado 2: Anexo 1

Nombre : 2_Justificacion_completo_adendas__compressed_compressed.pdf

HASH SHA1 : E79C99F97C940847C1D49D2631AC8351BAD9FDDC

Código CSV : 440230637689595562695688

Ver Fichero: 2_Justificacion_completo_adendas__compressed_compressed.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre : 4.1_Sistemas de información previo.pdf

HASH SHA1 : FB48010F473B275DFE21CFA57E3142E0132D66F8

Código CSV : 426140139045200062521164

Ver Fichero: 4.1_Sistemas de información previo.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre : 5.1_Planificacion_enseanzas.pdf

HASH SHA1 : EC71F035377CF47C7DE9B346CDE471C6D7800DAE

Código CSV : 426140148009486327018154

Ver Fichero: 5.1_Planificacion_enseanzas.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre : 6.1_Profesorado.pdf

HASH SHA1 : 7408A4BB55CDF126A77AA6099CCFBD030A59D516

Código CSV : 426140199986760306187962

Ver Fichero: 6.1_Profesorado.pdf



Apartado 6: Anexo 2

Nombre : 6.2_Otros_RRHH.pdf

HASH SHA1 : FA43C0E35A046366474AA565538D9EF4465139E0

Código CSV : 426140207847434036122246

Ver Fichero: 6.2_Otros_RRHH.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre : 7_Recursos.pdf

HASH SHA1 : F2B9090E9293CDE8D9DD50121A69C6F6B3970FEC

Código CSV : 426140221442093234455614

Ver Fichero: 7_Recursos.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre : 8_1_Estimacion_valores.pdf

HASH SHA1 : 65B2710FE19EFC24ACCC78AD0DF6F0B2015FE80E

Código CSV : 365781001322768788452980

Ver Fichero: 8_1_Estimacion_valores.pdf



Apartado 10: Anexo 1

Nombre : 10.1 Cronograma de impartición..pdf

HASH SHA1 : 6EAD05BB09D964A1AE52E059CF11BC5B72B3986C

Código CSV : 95417214811264940214948

Ver Fichero: 10.1 Cronograma de impartición..pdf



Apartado 11: Anexo 1

Nombre : Delegacion_Representante_Legal_PABLO_GUZMAN_18052016.pdf

HASH SHA1 : 0F02A0454FCFF3872EDA287D5AAD5DBD5BC8922D

Código CSV : 246145813355307005069939

Ver Fichero: Delegacion_Representante_Legal_PABLO_GUZMAN_18052016.pdf



