



**Memoria de Verificación del
Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing
por la Universidad Camilo José Cela**

ID: 4315986

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Fecha de verificación 31/05/2016

Fecha de evaluación de la modificación: 04/05/2017

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJ.
Máster	Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing por la Universidad Camilo José Cela	NO	NO	NO
LISTADO DE ESPECIALIDADES				
No aplica				
RAMA		ISCED 1	ISCED 2	
Ciencias Sociales y Jurídicas		Administración de empresas	Marketing y publicidad	
HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA				
NO				
AGENCIA EVALUADORA				
Fundación para el Conocimiento Madrimasd				
UNIVERSIDAD SOLICITANTE				
Universidad Camilo José Cela				
LISTADO DE UNIVERSIDADES				
CÓDIGO		UNIVERSIDAD		
065		Universidad Camilo José Cela		
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS				
CÓDIGO		UNIVERSIDAD		
No existen datos		No existen datos		
LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES				
No existen datos				

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60	0	9
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS EN TRABAJO FIN MASTER
0	42	9
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad		Créditos optativos
No aplica		0

1.3. UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA

1.3.1. Centros en los que se imparte

LISTADO DE CENTROS	
CODIGO	CENTRO
28053812	Centro de Estudios Superior Cela Open Institute

1.3.2. Centro de Estudios Superior Cela Open Institute

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZAS QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
Presencial	Semipresencial	Virtual
No	No	Si
PLAZAS DE NUEVO INGRESO		
Primer año	Segundo año	
90	90	
TIEMPO COMPLETO		
	ECTS matricula mínima	ECTS matricula máxima
Primer año	30	60
Resto de años	30	60
TIEMPO PARCIAL		
	ECTS matricula mínima	ECTS matricula máxima
Primer año	15	30
Resto de años	15	30
NORMAS DE PERMANENCIA		
https://ucjc.blackboard.com/bbcswebdav/xid-1759146_1		
LENGUAS EN LAS QUE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALAN	EUSKERA
Si	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLES
No	No	No
FRANCES	ALEMAN	PORTUGUES
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN Y PROCEDIMIENTOS

2.1. Interés académico, científico y profesional del título.

Perfil de formación

El **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** es una formación universitaria oficial de postgrado de perfil profesionalizador. Académicamente se adscribe a la rama del conocimiento de las Ciencias Sociales y Jurídicas y se especializa, dentro del ámbito de las ciencias económicas y empresariales, en las disciplinas correspondientes a los estudios comerciales, el marketing y la publicidad.

Objetivos generales del título

El **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** ordena la planificación de sus estudios con el objetivo de formar profesionales capaces de gestionar un departamento comercial o de marketing en una empresa o institución, con todas las competencias que, según la Asociación de Marketing de España (MKT) y el Colegio Oficial de Titulados Mercantiles y Empresariales de Madrid (Comisión de Formación), se requieren para el desempeño eficaz y eficiente de dicha función; a saber: capacidad para aplicar los conocimientos teóricos en la realización de un plan de marketing, adoptando una visión relacional en la estrategia de marketing y profundizando en sus implicaciones operativas; capacidad para interpretar y usar la información obtenida por las investigaciones de mercado sobre el comportamiento del consumidor; capacidad para identificar los canales de distribución comercial y diseñar una estrategia de distribución adaptada a un caso concreto; capacidad para gestionar el desarrollo y la planificación comercial y de marketing de la empresa; capacidad para identificar los canales digitales que permiten solucionar problemas de marketing y comercialización, y las tendencias claves en convergencia tecnológica.

Finalidad, enfoque u orientación

El **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** asume –siguiendo en ello a su principal referente universitario (UDIMA)– que los cambios en los comportamientos de los consumidores, la irrupción de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, así como los nuevos modelos de competencia, han favorecido que las empresas de mayor éxito en los mercados inspiren sus estrategias al compás teórico de la llamada *Orientación hacia el Mercado*, generadora del conocido enfoque de Marketing de relaciones o relacional.

En esta perspectiva se plantean nuevos desafíos para la investigación y la formación en marketing, como la construcción de valor empresarial mediante el valor del cliente y el capital de la marca, el análisis de los efectos de los mercados virtuales e interactivos en la configuración de los modelos de rivalidad empresarial, la importancia de las redes sociales para la innovación de producto, el desarrollo de

estrategias de marketing para colaborar en el canal de distribución, etc. Abordarlos todos ellos de forma sistemática y crítica constituye propiamente la finalidad del programa, pues deviene el camino para la consecución de los objetivos fijados.

Interés académico

El **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** es una titulación especializada de segundo ciclo universitario, y como tal su referente académico más próximo en el anterior sistema universitario español era la Licenciatura de segundo ciclo en Investigación y Técnicas de Mercado (creada en 1996 y extinguida en el 2010), a la cual cabe añadir también las licenciaturas en Administración y Dirección de Empresas y en Publicidad y Relaciones Públicas, cuyos segundos ciclos abordaban parcialmente los estudios comerciales y del marketing.

El interés académico por dichos estudios se reforzó, en el ámbito del postgrado y la formación continuada, con una gran oferta de estudios propios, tanto en el marco universitario como en el de las escuelas de negocios. Esta tradición española pasó a integrarse en el sistema europeo de educación superior tras la creación de los Másteres Oficiales en el año 2005.

Tras la ordenación general de los estudios universitarios de Grado y de Máster implantada en el año 2007, los estudios oficiales de segundo ciclo dedicados completa o mayoritariamente al Marketing y la Dirección Comercial, proliferaron en el sistema universitario español hasta superar el centenar de registros, implantados en casi setenta centros diferentes. Esta progresión ha devenido una realidad consolidada, con una demanda sólida y constante, que acredita la correcta sintonía entre la oferta y la demanda académica.

Corresponde también señalar en este punto que el interés académico por estos programas especializados, además de fundamentarse en el evidente desarrollo del sector servicios que ha acompañado a la evolución económica de nuestro país, y que requiere una gran aportación de talento en el área comercial de todas las empresas, encuentra también su refuerzo en el gran atractivo que para la demanda de alumnado extranjero tiene esta oferta consolidada de postgrado.

Cabe añadir también que el Centro de implantación del **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing**, Cela Open Institute, puede acreditar una experiencia previa del mismo ámbito de especialización y nivel académico: el *Máster Universitario en Gestión y Dirección de Marketing Global y Nuevos Mercados*, además del *Máster Universitario en Administración, Dirección y Organización de Empresas*, coincidente en una parte significativa de sus contenidos.

Por otra parte, la implantación del **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** presenta una circunstancia justificante en la decisión tomada por la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas de la Universidad Camilo José Cela de extinguir los estudios del *Máster Universitario en Gestión y Dirección de Marketing Global y Nuevos Mercados* a partir del curso académico 2015-2016, cuyo efecto

es la paralela extinción en el Centro de Educación Superior Cela Open Institute de dicho título (implantado en el curso 2014-15). Siendo así, la continuidad de la oferta de estudios de postgrado de dicho ámbito requería planificar de forma inmediata la implantación de otros estudios que permitieran asegurar su mantenimiento.

Interés científico

El **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** se enmarca en una tradición científica de largo recorrido, pues los estudios comerciales se remontan al siglo XVIII y adquieren una reputada consistencia con la creación de las extintas Escuelas de Comercio, y la ordenación legal de su correspondiente carrera hasta finales de los años setenta del pasado siglo.

La creación del área de conocimiento científico denominada *Comercialización e Investigación de Mercados*, fruto de la Ley de Reforma Universitaria de 1986, permitió organizar en el seno de los departamentos universitarios de ciencias empresariales una incipiente actividad científica especializada, que con el tiempo y una gran dedicación desarrollaría y consolidaría sociedades, congresos, seminarios, publicaciones y proyectos de investigación dedicados al Marketing y la Dirección comercial. De todo este despliegue científico nace, sin duda alguna, la gran capacidad de la universidad española para ofrecer estudios especializados de postgrado con un nivel de reconocida calidad.

No puede ser pasado por alto, en este apartado, el fruto más codiciado en esta progresión científica: la implantación y desarrollo de programas de doctorado específicamente dedicados al Marketing y la Dirección comercial, a partir de los cuales el área de conocimiento científico *Comercialización e Investigación de Mercados*, ha conseguido un pleno reconocimiento de su estatus en el conjunto de las especialidades de la disciplina de los estudios de la empresa, hecho este que no se consigue sin mucho esfuerzo y una gran dedicación.

En este sentido cabe apuntar que la presencia de estos estudios en el Centro obedece también a su basilar posición en el planteamiento del Plan General de Investigación, pues del área *Comercialización e Investigación de Mercados* dependerá el desarrollo de la línea de investigación dedicada al negocio del deporte, marcado precisamente por la investigación de mercados, el marketing y la construcción de las marcas comerciales.

Interés profesional

El **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** dispone de una tupida red de organizaciones profesionales nacidas por y para la promoción de dichas funciones ejecutivas en la empresa. Una primera aproximación a este mundo nos revela la presencia de un número sorprendentemente ingente de dichas entidades, identificadas en razón de su ámbito territorial o de su particular especialización, en la mayoría de los casos. Esta realidad resulta, sin lugar a dudas, la prueba más manifiesta y contundente del interés profesional en este campo.

Tratándose de unos estudios a impartir en régimen virtual, y por lo tanto no vinculados territorialmente, y tener un objetivo formativo de naturaleza gestora o ejecutiva, sin aditamentos ultraespecializantes, la entidad que ha participado en el diseño e implantación de este Máster es una organización profesional generalista y de ámbito nacional: la ASOCIACIÓN DE MARKETING DE ESPAÑA, identificada con el acrónimo MKT (<http://www.asociacionmkt.es>). Dicha asociación que integra como miembros a tanto a profesionales liberales como a empresas de los principales sectores de la actividad económica, así como entes públicos y organizaciones no gubernamentales. Sin ningún lugar a dudas, la MKT integra en su núcleo corporativo –el Consejo de Gobierno– a las principales marcas y entidades de referencia en el mundo del marketing en España.

La Asociación impulsa importantes iniciativas, como los *Premios Nacional de Marketing*, el *Anuario del Marketing*, el *Índice de Expectativas de los Directores de Marketing*, el estudio de la *Imagen Pública del Marketing*, los *Encuentros de la Marca*, el *Estudio del Mercado del Marketing en España* (AMES) y el *Manual Legal del Marketing*, entre otras. Por otra parte, la MKT asume como misión estratégica colaborar con las instituciones de educación superior para promover la oferta de formación especializada en su ámbito profesional. Dicha voluntad se ha trasladado a un buen número de acuerdos y convenios de colaboración con centros universitarios y escuelas de negocios, entre ellos el establecido con CELA OPEN INSTITUTE para el diseño e implantación del **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing**.

Precisamente a partir de los datos facilitados por miembros de la MKT, agregados a los disponibles por el propio Centro a través de sus estudios de postgrado afines –especialmente los relativos a la demanda internacional–, la propuesta de oferta de plazas (90) encuentra su plena justificación, pues la demanda *on-line*, con sus singularidades evidentes, manifiesta una evolución creciente que, en el caso de los estudios comerciales y de marketing, resulta particularmente ascendente, tanto por las expectativas de su demanda laboral como por su naturaleza aplicada, que la hacen interesante a nivel internacional, sin restricciones culturales o jurídicas que la limiten.

2.3. Referentes nacionales e internacionales.

2.3.1. Referentes nacionales

El **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** por la Universidad Camilo José Cela ha adoptado dos referentes académicos universitarios españoles fundamentales:

1. **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** por la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA), implantado en modalidad no presencial o *on-line* en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de dicha Universidad. Esta titulación fue verificada por el Consejo de Universidades en fecha 26/07/2011, autorizada su implantación por la Comunidad de Madrid el día 27/09/2011 y, tras el acuerdo del Consejo de Ministros de 16/12/2012 (BOE de 07/01/2013), aprobada su inscripción en el RUCT con el número 4313108. El Plan de Estudios fue publicado en el BOE el 28/03/2012 y es accesible sin restricciones en la web del RUCT:

www.educacion.gob.es/ruct/estudio.action?codigoCiclo=SC&codigoTipo=M&CodigoEstudio=4313108&actual=estudios

De este título de la UDIMA el **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** por la Universidad Camilo José Cela ha adoptado, en primera instancia, la propia denominación del título (apartado 1), cuya característica principal reside en su voluntad de ligar la disciplina del Marketing a la formación de postgrado en Dirección Comercial; en segundo lugar la planificación de los estudios (apartado 5), manteniéndose inalterada la estructuración en nueve materias y modificando únicamente la distribución de la carga para adaptarla a los criterios de la UCJC. Así mismo, por el hecho de coincidir con el título de UDIMA en la modalidad de impartición no presencial, se han adoptado como referentes tanto el perfil recomendado de ingreso como la previsión de resultados del título, pues en ambos casos se trata de estudios dirigidos a una misma tipología de demanda.

2. **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing Internacional** por la Universidad Ramón Llull (URL), implantado en modalidad presencial y en lengua inglesa en la Facultad de Economía IQS de dicha Universidad. Esta titulación fue verificada por el Consejo de Universidades en fecha 19/09/2012, autorizada su implantación por la Comunidad Autónoma de Cataluña el día 31/ Perfil recomendado de ingreso 07/2013 y, tras el acuerdo del Consejo de Ministros de 20/09/2013 (BOE de 15/11/2013), aprobada su inscripción en el RUCT con el número 4313298. El día 01/06/2015 el Consejo de Universidades resolvió favorablemente la renovación de la acreditación oficial de este título universitario. Su Plan de Estudios es accesible sin restricciones en la web del RUCT:

www.educacion.gob.es/ruct/estudio.action?codigoCiclo=SC&codigoTipo=M&CodigoEstudio=4313298&actual=estudios

De este título de la URL el **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** por la Universidad Camilo José Cela ha adoptado, en primera instancia, además de la denominación prácticamente coincidente, buena parte de la justificación del título, así como su enfoque internacional y, muy especialmente, sus competencias generales, transversales y específicas, a la luz del excelente informe obtenido en su proceso de renovación de la acreditación (2015).

2.3.2. Referentes internacionales

El **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** ha adoptado como referentes universitarios internacionales los programas del *Subject Benchmark Statements* de la Agencia de calidad universitaria británica QAA (*Quality Assurance Agency for Higher Education*), directamente accesibles a través de web (http://www.marketingmasters.co.uk/comparison_chart.htm). Pero el hecho de clasificarlos en su tipología como Tipo 1 (Máster de Especialización o MSc) en el ámbito de la Dirección y Gestión de Empresas y, en consecuencia, como partes articuladas en programas más generalistas de 120 ECTS, dificulta la traslación concreta de elementos, pues en nuestro caso, el conjunto de competencias se predica de la totalidad del programa y no sólo de una parte, y su vinculación a la planificación de las materias no puede ser más directa.

En el caso de los referentes norteamericanos consultados, el primero de ellos, el *Máster en Marketing* de la Universidad de Wharton (Pensilvania), que se imparte en formato ordinario y en *executive* (www.wharton.upenn.edu/mba), en realidad es un MBA especializado en Marketing y con dos años de duración, cosa que lo sitúa en una posición similar a la de los referentes británicos. Y el segundo referente consultado, el de la Yale School of Management, consiste en dos MBA relacionados con el marketing: el *Investment management* y el *Emerging Market Consumers* (<http://mba.yale.edu/MBA/index.shtml>), ambos igualmente alejados del modelo buscado y por ello muy relativamente útiles, más allá de ofrecer unas interesantes visiones de conjunto y una excelente actualización sobre los nuevos retos y avances del sector del marketing que han sido incorporados transversalmente en la planificación de nuestro Máster.

2.4. Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios.

El proceso de consulta interna para la implantación de nuevos estudios en COI está regulado por la Norma 02/2014, de 25 de abril, reguladora del proceso de implantación de nuevos estudios en el Centro.

De acuerdo con el artículo 1 de la Norma 02/2014, todos los órganos académicos del Centro, así como el Consejo Asesor y las personas que forman parte de la plantilla del personal docente e investigador, están legitimadas para la promoción de iniciativas conducentes a la implantación de nuevos estudios en el Centro. En el caso del presente Máster, la iniciativa para su implantación correspondió al Consejo Asesor.

De acuerdo con el artículo 2 de la Norma 02/2014, las propuestas de implantación de un nuevo estudio deberán formalizarse en un documento que desarrolle los siguientes aspectos del título propuesto: a) Perfil de formación; b) Objetivos generales; c) Finalidad, enfoque u orientación; d) Interés académico, científico o profesional; e) Experiencias anteriores de la universidad en la impartición de títulos de características similares; f) Datos y estudios acerca de la demanda potencial del título y su interés para la sociedad; g) En el caso de títulos de máster con un enfoque o finalidad profesional o investigadora, relación de la propuesta con la situación del I+D+i del sector científico-profesional; h) En el caso de que el título habilite para el acceso al ejercicio de una actividad profesional regulada en España, justificación de la adecuación de la propuesta a las normas reguladoras del ejercicio profesional vinculado al título, haciendo referencia expresa a dichas normas; i) Justificación de las especialidades; j) Referentes universitarios o profesionales españoles y extranjeros; k) Entidad colaboradora en la implantación. Dicho documento debe estar debidamente identificado, fechado y firmado por sus promotores y se incorporado al expediente correspondiente a efectos de ser acreditado como Evidencia 01. La propuesta documento correspondiente a la propuesta del presente Máster fue formalizado en fecha 15 de septiembre de 2014.

De acuerdo con el artículo 3 de la Norma 02/2014, las propuestas de implantación de un nuevo estudio en el Centro deben trasladarse por parte de sus promotores al Decanato, que procede a su consideración ante la Junta de Centro, que acuerda o no su aprobación inicial y, en caso positivo, certifica el acuerdo tomado, que se incorpora al expediente a efectos de ser acreditado como Evidencia 02 del proceso. La aprobación de la propuesta del presente Máster fue aprobada por la Junta de Centro en fecha 6 de octubre de 2014.

De acuerdo con el artículo 4 de la Norma 02/2014, la Junta de Centro eleva la propuesta aprobada al Consejo Asesor del Centro para su consideración y éste emite un informe sobre la propuesta y lo remite al Decanato, incorporándose al expediente a efectos de ser acreditado como Evidencia 03 del proceso. El informe del Consejo Asesor sobre la propuesta se emitió en fecha 15 de octubre de 2014.

De acuerdo con los artículos 5 y 6 de la Norma 02/2014, en caso de informe del Consejo Asesor favorable a la propuesta, el Decanato procede a convocar a la Comisión de Programación del Centro y

ésta acuerda el nombramiento de la Ponencia responsable de la elaboración del Anteproyecto de Memoria de solicitud de Verificación del estudio propuesto, incorporándose dicho nombramiento al expediente como Evidencia 04 del proceso. En el caso del presente Máster, la Ponencia fue nombrada en fecha 31 de octubre de 2014.

De acuerdo con el artículo 7 de la Norma 02/2014, en la elaboración del Anteproyecto, la Ponencia deben someterse a consulta previa, como mínimo, los siguientes aspectos: a) La justificación aportada sobre el interés académico, científico o profesional de la propuesta; b) Los datos aportados acerca de la demanda potencial del título y su interés para la sociedad, en relación al número de plazas propuestas; c) La consistencia del perfil de competencias con los requisitos particulares de la disciplina y con el nivel formativo correspondiente a su MECES; d) La coherencia del plan de estudios y la estructura curricular con el perfil de competencias y con los objetivos del título; e) La adecuación del perfil de ingreso previsto a las exigencias de la titulación; f) La adecuación de los mecanismos de coordinación docente previstos en el estudio; g) La adecuación de las normativas académicas previstas sobre los resultados previstos para el título; h) La idoneidad del profesorado previsto en relación a la dedicación y especialidad requerida por los estudios; i) La capacidad del Centro y de la entidad colaboradora propuesta para ofrecer acciones de mejora en la actividad docente del profesorado previsto; j) La coherencia de las actividades formativas propuestas en relación a los resultados de aprendizaje previstos y al nivel MECES correspondiente; k) La fiabilidad del sistema de evaluación previsto para certificar los resultados de aprendizaje; l) La adecuación de los valores previstos como indicadores académicos para las características de los estudios; m) La adecuación de los valores previstos como indicadores de la inserción laboral para las características de los estudios. Dichos aspectos de la consulta previa preceptiva se formalizan en un documento informe normalizado que constituye la Evidencia 05 del proceso. En el caso del presente Máster, los informes fueron entregados en fecha 10 de diciembre de 2014.

De acuerdo con el artículo 8 de la Norma 02/2014, en la elaboración del Anteproyecto, la Ponencia debe someter el documento informe de consulta previa a las siguientes fuentes internas: a) Consejo Asesor; b) Gerencia; c) Servicio de Garantía Interna de Calidad del Centro; d) Profesorado de las áreas de conocimiento vinculadas a las materias del plan de estudios; y e) a cualquier otro órgano académico del Centro que la Ponencia considere especialmente vinculado a los estudios propuestos en razón de su especialidad. En el caso del presente Máster, los informes internos fueron realizados por las personas titulares de los órganos académicos de COI, por el profesorado de las áreas jurídicas y por el Vicedecanato de Investigación del Centro.

De acuerdo con el artículo 9 de la Norma 02/2014, la Ponencia estudia los informes emitidos por las fuentes internas consultadas y procede a redactar una versión final del Anteproyecto que remite al Decanato (Evidencia 06 del expediente). En el caso del presente Máster, la versión final del Anteproyecto fue entregada en fecha 18 de diciembre de 2014.

De acuerdo con el artículo 10 de la Norma 02/2014, el Decanato somete a estudio y consideración de la Junta de Centro el Anteproyecto remitido por la Ponencia, junto con las evidencias incorporadas al expediente de la implantación, y la Junta de Centro acuerda, si procede, la aprobación del texto final del Proyecto de Memoria de Verificación, incorporando las enmiendas que considera oportunas (Evidencia 07 del expediente). En el caso del presente Máster, el texto final del Proyecto de Memoria fue aprobado por la Junta de Centro en fecha 29 de diciembre de 2014 y a continuación enviado al Administrador General para su tramitación ante la Universidad Camilo José Cela.

El **proceso de consulta externa** para la implantación de nuevos estudios en COI está regulado por la Norma 02/2014, de 25 de abril, reguladora del proceso de implantación de nuevos estudios en el Centro.

De acuerdo con el artículo 7 de la Norma 02/2014, en la elaboración del Anteproyecto, la Ponencia deben someterse a consulta previa, como mínimo, los siguientes aspectos: a) La justificación aportada sobre el interés académico, científico o profesional de la propuesta; b) Los datos aportados acerca de la demanda potencial del título y su interés para la sociedad, en relación al número de plazas propuestas; c) La consistencia del perfil de competencias con los requisitos particulares de la disciplina y con el nivel formativo correspondiente a su MECES; d) La coherencia del plan de estudios y la estructura curricular con el perfil de competencias y con los objetivos del título; e) La adecuación del perfil de ingreso previsto a las exigencias de la titulación; f) La adecuación de los mecanismos de coordinación docente previstos en el estudio; g) La adecuación de las normativas académicas previstas sobre los resultados previstos para el título; h) La idoneidad del profesorado previsto en relación a la dedicación y especialidad requerida por los estudios; i) La capacidad del Centro y de la entidad colaboradora propuesta para ofrecer acciones de mejora en la actividad docente del profesorado previsto; j) La coherencia de las actividades formativas propuestas en relación a los resultados de aprendizaje previstos y al nivel MECES correspondiente; k) La fiabilidad del sistema de evaluación previsto para certificar los resultados de aprendizaje; l) La adecuación de los valores previstos como indicadores académicos para las características de los estudios; m) La adecuación de los valores previstos como indicadores de la inserción laboral para las características de los estudios. Dichos aspectos de la consulta previa preceptiva se formalizan en un documento informe normalizado que constituye la Evidencia 05 del proceso. En el caso del presente Máster, los informes fueron entregados en fecha 10 de diciembre de 2014.

De acuerdo con el artículo 8 de la Norma 02/2014, en la elaboración del Anteproyecto, la Ponencia debe someter el documento informe de consulta previa a las siguientes fuentes externas: a) Entidades colaboradoras en la implantación de los estudios; b) Entidades vinculadas a los estudios en razón de vínculo profesional o de especialización (en caso de estudios que habiliten para el acceso al ejercicio de una actividad profesional regulada en España será preceptivo el informe de la entidad correspondiente); c) Organizaciones de Alumni egresados de estudios que se consideren relacionados con la propuesta de implantación. En el caso del presente Máster, los informes externos fueron realizados por la **Asociación de Marketing de España (MKT)**, entidad colaboradora en la implantación de los estudios.

De acuerdo con el artículo 9 de la Norma 02/2014, la Ponencia estudia los informes emitidos por las fuentes externas consultadas y procede a redactar una versión final del Anteproyecto que remite al Decanato (Evidencia 06 del expediente). En el caso del presente Máster, la versión final del Anteproyecto fue entregada en fecha 18 de Diciembre de 2014.

3. COMPETENCIAS

3.1. Competencias Básicas y Generales

Competencias Básicas (CB)

CB-06. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB-07. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB-08. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB-09. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB-10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser, en gran medida, autodirigido o autónomo.

Competencias Generales (CG)

CG-01. Que los estudiantes sean capaces de participar efectivamente en actividades colaborativas teórico-prácticas del ámbito de los estudios que permitan asegurar una eficiente integración posterior en equipos profesionales especializados del mundo comercial y del marketing.

CG-02. Que los estudiantes sean capaces de integrar el potencial de las tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito de los estudios especializados, de forma que permitan asegurar su capacidad de implementación y desarrollo posterior en el ámbito profesional comercial y del marketing.

CG-03. Que los estudiantes sean capaces de demostrar una visión internacional en el ámbito de los estudios especializados que les permita identificar tanto los elementos comunes del mercado global como los elementos diferenciales de los mercados locales, de forma que puedan acreditar una capacidad de desarrollo profesional internacional en el ámbito comercial y de marketing.

Competencias Específicas (CE)

CE-01. Que los estudiantes sean capaces de acreditar un conocimiento y un dominio eficaz de los sistemas de información y documentación necesarios para asegurar los procesos de toma de decisiones en el ámbito comercial y de marketing.

CE-02. Que los estudiantes sean capaces de acreditar un conocimiento y un dominio eficaz de las técnicas comerciales diseñadas para la maximización de las ventas.

CE-03. Que los estudiantes sean capaces de acreditar un conocimiento y un dominio eficaz de los modelos de organización y gestión de las operaciones comerciales y de sus métodos y técnicas aplicadas para su desarrollo.

CE-04. Que los estudiantes sean capaces de acreditar un conocimiento y un dominio eficaz de los modelos de planificación estratégica comercial y de marketing y de los métodos y técnicas aplicadas para su desarrollo.

CE-05. Que los estudiantes sean capaces de acreditar un conocimiento y un dominio eficaz de los modelos y métodos de análisis de mercados que describen procesos evolutivos e identifican tendencias y posibilidades que permiten definir estrategias comerciales y de marketing.

CE-06. Que los estudiantes sean capaces de acreditar un conocimiento y un dominio eficaz de las técnicas de comunicación y relación con los clientes que permiten advertir sus necesidades y satisfacerlas de forma eficiente.

CE-07. Que los estudiantes sean capaces de acreditar un conocimiento suficiente de las normas deontológicas profesionales impulsadas por la Asociación Española de Marketing, así como del significado práctico de la Responsabilidad Social Corporativa y los modelos desarrollados para su aplicación.

CE-08. Que los estudiantes sean capaces de acreditar un conocimiento práctico de las técnicas y metodologías más significativas desarrolladas para plantear nuevos modelos de negocio en el ámbito comercial y del marketing.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1. Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos accesibles de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la Universidad y la titulación

Perfil de ingreso recomendado

El perfil recomendado de ingreso a estos estudios es el de personas egresadas de titulaciones de la rama de conocimiento de las Ciencias Sociales y Jurídicas vinculadas a las disciplinas de la Economía y la Empresa, y que acrediten, en virtud de sus competencias y contenidos, una vinculación con el ámbito de la dirección comercial y del marketing, que tiene como objetivo especializarse o profundizar en una adquisición de competencias para gestionar un departamento comercial o de marketing, o el de un titulado que ha iniciado su carrera en el ámbito del marketing y que desee ampliar sus conocimientos. El proceso de aprendizaje y evaluación continua en el que se asienta el máster requiere del estudiante una capacidad de aprendizaje continuo, con altas competencias en organización y planificación de su trabajo.

Las personas candidatas que sean tituladas en estudios que, por su especialización o nivel académico, no puedan acreditar una coincidencia con los relacionados en el perfil de ingreso, deberán cursar y superar, con carácter previo, el Curso Complementario de Formación para el acceso al Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing.

Procedimientos, actividades de orientación y canales de difusión para la acogida de los estudiantes de nuevo ingreso sobre el título, la matrícula y actividades de orientación

El artículo 30 del Reglamento de Régimen Interior de COI determina que la información académica de los programas implantados en el Centro asegurará a su alumnado potencial y presente una información clara y precisa sobre los estudios ofertados, consignando preceptivamente en sus medios los datos siguientes sobre cada estudio:

- Descripción oficial del Título: denominación, ciclo, centro, tipo de enseñanza, rama de conocimiento, número de ECTS del programa, número de ECTS de matriculación mínima, normas de permanencia en los estudios, idiomas que se utilizan, y profesiones para las que capacita dicho título, si es el caso.
- Objetivos específicos del título y competencias que adquirirá el estudiante tras completar el periodo formativo previsto.
- Vías de acceso a los estudios.
- Perfil de ingreso recomendado para el acceso a los estudios.

- Órgano académico responsable de la información sobre los estudios.
- Medios alternativos o complementarios de acceso a la información sobre los estudios.
- Sistema de acogida y orientación para el alumnado de nuevo ingreso.
- Criterios de acceso y condiciones y pruebas especiales de admisión.
- Sistemas de apoyo al alumnado una vez matriculado.
- Sistema de transferencia y reconocimiento de créditos.
- Planificación de la enseñanza: explicación general de la planificación del plan de estudios, actividades formativas previstas, metodología de enseñanza y aprendizaje, y relación con las competencias que debe adquirir el estudiante, tipología de actividades evaluativas de la Universidad, planificación y gestión de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida, y descripción de los módulos o materias.
- Personal académico y de administración y servicios vinculado a los estudios.
- Recursos materiales y servicios a disposición de los estudios.
- Resultados previstos en los estudios: tasa de graduación, tasa de abandono y tasa de eficiencia.

El Servicio Universitario de Información y Atención de COI es el responsable de informar a las personas interesadas en los programas del Centro y en ayudar a las candidatas en la tramitación de sus solicitudes de admisión. Para informar a los potenciales estudiantes sobre la titulación y sobre el proceso de matriculación, el Servicio realiza actividades de orientación a través de los siguientes canales de difusión:

- Página web oficial (www.coi.es).
- Correo electrónico (info@coi.es).
- Atención telefónica personal (900 318111).
- Atención personal presencial en el propio Centro (cita previa).
- Presentaciones públicas de los programas (previa convocatoria en web).
- Inserciones de la información académica los distintos canales de comunicación de Internet: Google Adwords, E-magister, Oferta formativa, Infocursos y Universia.

Los candidatos que presentan algún tipo de discapacidad o necesidad especial son atendidos por el Servicio de Admisiones y la Secretaría Académica, quien concreta una entrevista con ellos antes de su ingreso en COI con el objetivo de valorar las adaptaciones que sean pertinentes de realizar. En todo momento, COI desea conseguir la igualdad de oportunidades de este tipo de alumnado por lo que llevará a cabo las adaptaciones necesarias para su incorporación a los estudios solicitados.

Estas adaptaciones pueden ser de tipo curricular, adaptaciones del entorno, materiales, etc. Así como las pautas de actuación que el profesorado deberá llevar a cabo. Este informe será enviado al Director del Programa, quien estará al corriente de la situación y apoyarán las adaptaciones necesarias. Ellos se encargarán de transmitir esas adaptaciones y pautas de actuación a los responsables de materias del Máster Universitario. Además de ello, el Director del Máster, mantiene un contacto directo con el alumno

a lo largo de todo el curso académico en función de la necesidad del caso, con el objetivo de velar por el cumplimiento de los compromisos definidos.

4.2. Requisitos de acceso y criterios de admisión

Acceso

Para poder acceder al Máster es necesario contar con titulación universitaria, según el artículo 7 del RD 39/1997. Este requisito se corresponde con los criterios de acceso establecidos en el artículo 16 del RD 1393/2007 modificado por el RD 861/2010:

- Estar en posesión de un título universitario oficial español.
- Estar en posesión de un título universitario oficial expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo 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.
- Estar en posesión de un título universitario oficial expedido por una institución de educación superior de un sistema educativo ajeno al Espacio Europeo de Educación Superior, sin necesidad de homologarlo, previa comprobación por la Universidad de que acredite un nivel de formación equivalente a los correspondientes Títulos universitarios oficiales españoles y que faculte en el país expedidor del Título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará en ningún caso, la homologación del Título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el cursar las enseñanzas del Máster.

Admisión

La admisión del alumnado a los programas implantados en COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) está regulada por la Norma 03/2014, de 25 de abril, reguladora del proceso de admisión del alumnado a los estudios del Centro.

De acuerdo con la Norma 03/2014, como criterio general el Centro acepta solicitudes de admisión a sus estudios oficiales desde cualquiera de las vías legalmente establecidas para el acceso a la Universidad, sin ningún tipo de discriminación por esta razón y sin establecer tampoco reserva alguna ni contingente limitador en función de una u otra vía.

Las personas interesadas en la admisión deben formalizar las solicitudes normalizadas correspondientes a estudios de Grado o de Máster que son directamente accesibles en la web del Centro, y pueden tramitarlas a través del Servicio de Información y Atención del Alumnado, si su solicitud de información es atendida por esta vía, o bien dirigirla directamente al Servicio de Gestión Académica de la Secretaría del Centro. En todo caso. Las solicitudes recibidas se registran y archivan por parte de la Secretaría y su uso posterior se limita estrictamente a cuantificar los datos estadísticos de demanda de plazas reclamados por el sistema universitario.

De acuerdo con la Norma 03/2014, las solicitudes deben adjuntar la documentación acreditativa correspondiente a la vía de acceso a los estudios, así como la correspondiente a los datos personales y profesionales, si procede. La Secretaría del Centro es el órgano responsable de validar la documentación antes de proceder a la matriculación en los estudios y en ejercicio de dicha función, la Secretaría puede requerir del solicitante las acreditaciones complementarias que considere legalmente necesarias para la matriculación en los estudios.

La Norma 03/2014 determina que la Secretaría traslada a la Comisión de Admisiones del Centro únicamente las solicitudes que cumplen los requisitos legales para el acceso a los estudios. Dicha Comisión es el órgano responsable del proceso de admisión al Centro y está compuesta por el Decanato, que la preside, la Secretaría y las Direcciones de los estudios implantados en el Centro.

Las Direcciones de los estudios informan a la Comisión sobre las solicitudes presentadas a su programa y el Decanato procede a su resolución formal en virtud de dichos informes.

El proceso de admisión finaliza en el plazo determinado por el calendario anual de admisión al Centro y la resolución de las admisiones se realiza aplicando los siguientes criterios de valoración objetiva para la adjudicación de las plazas:

- a) Expediente académico del ámbito de la Economía y la Empresa aportado
 - Nota media de Aprobado: 1 punto
 - Nota media de Notable: 2 puntos
 - Nota media de Sobresaliente: 3 puntos
 - Matrícula de Honor: 4 puntos
- b) Titulaciones universitarias oficiales o equivalentes distintas de la acreditada para el acceso
 - Primer Ciclo: 1 punto por título universitario
 - Segundo Ciclo: 2 puntos por título universitario
 - Tercer Ciclo: 3 puntos por título universitario
- c) Otros méritos
 - Experiencia laboral acreditada en el ámbito comercial o de marketing: 1 punto por año
 - Idioma extranjero acreditado de nivel B-2: 1 punto por idioma
 - Formación oficial acreditada de nivel MECES-1: 1 punto por título superior

En el caso que demanda de plazas al finalizar el período sea inferior a las plazas ofertadas, se procede a su adjudicación directa a todos los solicitantes que acrediten los requisitos de acceso y admisión. En ningún caso, por lo tanto, el orden cronológico de solicitudes constituye un criterio para la resolución de admisiones que altere o subvierta los principios de igualdad, mérito y capacidad en la selección.

De acuerdo con la Norma 03/2014, las solicitudes de admisión se resuelven de oficio positivamente si se comprueba la disponibilidad de plazas en los estudios solicitados y se acreditan documentalmente los

requisitos legales correspondientes a la vía de acceso a los estudios por parte del solicitante. Las solicitudes de admisión se resuelven de oficio negativamente en caso de indisponibilidad de plazas en los estudios solicitados, insuficiente o incompleta acreditación documental de la vía de acceso del solicitante, o manifiesta inadecuación del perfil del candidato al perfil recomendado de ingreso a los estudios.

De acuerdo con la Norma 03/2014, la resolución positiva de la solicitud comporta la emisión de la Credencial de Admisión a los estudios solicitados en favor del alumnado solicitante. En este documento normalizado figuran los datos personales del solicitante, los estudios a los que ha sido admitido, el recordatorio sobre el perfil recomendado para su acceso, así como la relación de documentos que debe aportar para proceder a la matriculación. Con la Credencial de Admisión, la persona admitida recibirá la Propuesta de Matricula correspondiente a sus estudios, en la que figuran las materias a cursar, su carácter (ordinario o reconocido, su coste (ordinario, reconocido o becado), así como toda la información necesaria para la liquidación económica.

Una vez constatada la liquidación de la Propuesta de Matricula, el Servicio de Gestión Académica de la Secretaría procede a emitir y enviar la Matricula correspondiente, que acredita a la persona admitida como alumno oficial de los estudios del Centro.

4.3. Sistemas de apoyo y orientación a los alumnos una vez matriculados

Procedimientos de orientación para la acogida de estudiantes de nuevo ingreso

El artículo 34 del Reglamento de Régimen Interior de (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) determina que, una vez matriculado, el alumnado de nuevo ingreso es acogido por su tutor personal, que le acompañará a lo largo de sus estudios y le ayudará a superar las dificultades orientándole sobre las mejores opciones académicas.

El Servicio Universitario de Atención e Información al Alumnado es el órgano responsable de la gestión del Programa de Acogida de nuevos alumnos.

En el marco de este Programa, el Centro organiza preceptivamente sesiones de formación específica sobre el uso de la plataforma de *e-learning*, y las Direcciones de cada programa organizan las sesiones de formación específicas dedicadas a las prácticas externas y al Trabajo Fin de estudios.

Este Programa de Acogida a distancia tiene también como objetivo dar a conocer al alumno los servicios y recursos que tiene la universidad, así como presentar contenido de su formación y las personas que estarán implicadas en ella. Al comienzo del curso, el Director de cada estudio da la bienvenida al nuevo alumnado y les presenta los servicios los órganos académicos, los servicios y recursos universitarios y las normas de organización y funcionamiento que rigen en el COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC).

Plan de Acción Tutorial

COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) aplica un Plan de Acción Tutorial en todos sus estudios implantados, dirigido por el Vicedecanato del Centro, que articula un modelo de acompañamiento y seguimiento personal del alumnado a lo largo del proceso educativo. Con ello se pretende lograr los siguientes objetivos:

- Implantar una educación lo más personalizada posible con objeto de neutralizar los riesgos de la metodología no presencial.
- Atender al alumnado que requiera de una atención especial en razón de sus circunstancias personales o discapacidades, facilitando los recursos, los apoyos o acciones adecuadas.
- Asegurar un uso eficaz y eficiente de las herramientas de comunicación del campus virtual, alertando de posibles disfunciones y detectando posibles mejoras.
- Evitar el abandono de los estudios con una acción motivadora preventiva y continuada que intervenga contra la desmotivación, sensación de aislamiento, pérdida de interés, etc.

El Plan de Acción Tutorial del Centro dispone de un equipo de tutores personales que se vinculan a cada estudio implantado en función de su formación universitaria. El equipo tutorial se dedica exclusivamente a su función, sin compatibilización alguna con otras de carácter docente o de gestión del Centro. Cada tutor/a tiene asignado un grupo de alumnos para que realice su seguimiento. Para ello cuenta con la siguiente información:

- Duración y continuidad del acceso del alumno al Campus virtual.
- Nivel de uso de las diferentes herramientas de comunicación del Campus virtual.
- Acceso a los contenidos teóricos de cada materia del programa.
- Cumplimiento de los calendarios de entrega y participación en actividades formativas.
- Resultados de los ejercicios y trabajos individuales.
- Resultados de los test y pruebas de cada materia.
- Desarrollo de las prácticas externas.
- Desarrollo del trabajo fin de estudios.

Estos datos le permiten conocer directamente el nivel de progreso del alumnado en los estudios y poder ofrecerle la orientación tutorial adecuada. Cuando se observan casos de problemática académica, los tutores informan a la Dirección del programa correspondiente, para que tenga conocimiento y contacte directamente con el alumnado a fin de resolver la incidencia de la manera más oportuna. El Plan de Acción Tutorial constituye, así, una eficaz herramienta complementaria para conocer el nivel de satisfacción del alumnado con los estudios, pues permite detectar tanto los puntos fuertes como los débiles.

4.4. Sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos

La admisión del alumnado a los programas implantados en COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) está regulada por la Norma 04/2014, de 25 de abril, reguladora del proceso de reconocimiento y transferencia de CTS del Centro. La misma se desarrolla en los siguientes artículos:

Artículo 1. Reconocimiento de ECTS

- 1 De acuerdo con el vigente régimen jurídico universitario, el reconocimiento de créditos es la aceptación, por parte del Centro, de los ECTS obtenidos por el alumnado en unas enseñanzas oficiales en el mismo o en otro centro universitario, ECTS que son computados en otras distintas a efectos de la obtención de un título oficial.

Artículo 2. Objeto del reconocimiento

- 1 Podrán ser objeto de reconocimiento los ECTS cursados en otras enseñanzas superiores oficiales o en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos propios, a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.
- 2 La experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también objeto de reconocimiento en forma de ECTS que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título. Dicho reconocimiento no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios.
- 3 No podrán ser objeto de reconocimiento los ECTS obtenidos en estudios propios no oficiales de otras universidades, por lo que no procede la aportación informativa prevista por el art. 6.4 del RD 1393/2007.
- 4 En ningún caso podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de grado o de máster.

Artículo 3. Procedimiento

- 1 La solicitud de reconocimiento puede tramitarse directamente en la Secretaría, desde la web o a través del Servicio de Información y Atención del Alumnado, en el caso que la persona interesada no se haya matriculado todavía.
- 2 La solicitud de reconocimiento debe realizarse en el formulario oficial que se adjunta como Anexo I a la presente normativa, indicando las Materias de sus estudios que considera susceptibles de reconocimiento.
- 3 La solicitud debe tramitarse siempre durante el semestre anterior al previsto para impartir las materias objeto de reconocimiento.

- 4 La persona solicitante debe aportar la certificación académica personal de los estudios oficiales cursados.
- 5 En el caso de reconocimientos concedidos por experiencia profesional a través de convenios con organizaciones de colectivos, los miembros de dichos colectivos únicamente deben indicar su adscripción en la solicitud de admisión y consignar la solicitud de reconocimientos concedida en el referido convenio.

Artículo 4. Resolución

- 1 Las solicitudes de reconocimiento de ECTS son resueltas por el Decanato, previo informe de la Dirección de los estudios, que podrá recabar, si procede, la información necesaria al profesorado de las materias afectadas.
- 2 En todo caso, las materias básicas de Grado serán objeto de reconocimiento de oficio para el alumnado que acredite estar en posesión de un título oficial de la misma rama de conocimiento, o bien que haya cursado y superado todas las Materias básicas correspondientes de Grado de la misma rama.

Artículo 5. Calificación

- 1 El reconocimiento de ECTS no incorporará calificación de los mismos, por lo que no computarán a efectos de baremación del expediente.
- 2 Los ECTS reconocidos se incluirán en el expediente académico del alumnado y se reflejarán como tales en el Suplemento Europeo al Título.

Artículo 6. Criterios de reconocimiento de ECTS de materias de formación básica entre enseñanzas de Grado de la misma rama de conocimiento.

- 1 Serán objeto de reconocimiento la totalidad de los créditos obtenidos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama de acuerdo con lo establecido en el artículo 13 del RD. 1393/2007.
- 2 Cuando las materias de formación básica cursadas no se correspondan en contenido y/o en número de créditos con las que establece el título de Grado al que se accede, la Dirección de los estudios determinará la aplicación del reconocimiento a favor de todas aquellas materias básicas cuya suma de créditos más se aproxime sin exceder al número de ECTS reconocidos.
- 3 Si el exceso de ECTS reconocidos y no aplicados es igual o superior a la mitad mas uno del número de ECTS de otra materia básica, la Dirección de los estudios determinará su aplicación a esta otra materia.
- 4 La Dirección de los estudios deberá indicar expresamente las materias de formación básica que el estudiante deberá cursar tras el reconocimiento.

Artículo 7. Criterios de reconocimiento de ECTS de materias de formación básica entre enseñanzas de Grado de distinta rama de conocimiento.

- 1 Serán objeto de reconocimiento los ECTS de materias de formación básica obtenidos en grados de distinta rama que sean coincidentes con materia básicas del Grado receptor.
- 2 El resto de los ECTS de materias básicas de otras ramas podrán ser objeto de reconocimiento teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a dichas materias y los previstos en el plan de estudios, o bien que tengan carácter transversal.

Artículo 8. Criterios de reconocimiento de ECTS de materias no básicas de Grado.

Podrán ser objeto de reconocimiento los ECTS no correspondientes a materias de Grado no básicas, teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a dichas materias y los previstos en el plan de estudios, o bien que tengan carácter transversal.

Artículo 9. Criterios de reconocimiento de ECTS entre enseñanzas correspondientes a anteriores sistemas educativos españoles y enseñanzas de Grado.

Podrán ser objeto de reconocimiento los ECTS correspondientes a la carga lectiva de un título de Grado, por estudios cursados conducentes a un título de Licenciado, Ingeniero, Arquitecto, Diplomado, Ingeniero Técnico o Arquitecto Técnico, en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos adquiridos y los previstos en el plan de estudios, o bien que tengan carácter transversal.

Artículo 10. Criterios de reconocimiento de ECTS entre enseñanzas en proceso de extinción y enseñanzas de Grado o Máster.

- 1 El reconocimiento de ECTS de estudios en proceso de extinción se ajustará a lo dispuesto en la correspondiente Tabla de Adaptación que prevista en la memoria de verificación del título.
- 2 Se reconocerán ECTS de carácter transversal por aquellas asignaturas que figuran en el expediente académico de estos estudiantes que no tengan correspondencia con asignaturas del título de Grado hasta el máximo de créditos transversales establecido en el correspondiente plan de estudios.

Artículo 11. Criterios de reconocimiento de ECTS entre enseñanzas de Máster.

Se podrán reconocer ECTS correspondientes a la carga lectiva de un título de Máster Universitario, por estudios cursados conducentes a otro título de Máster Universitario, en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos adquiridos y los previstos en el plan de estudios, o bien que tengan carácter transversal.

Artículo 12. Criterios de reconocimiento de ECTS por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.

Antes del inicio del periodo de matrícula, el Centro deberá hacer pública la relación de actividades que otorgarán el derecho al reconocimiento de ECTS previsto en este artículo. Estas actividades tendrán un reconocimiento máximo de 6 ECTS. Dicho reconocimiento se aplicará en aquellas materias cuyas competencias asignadas puedan vincularse en mayor grado a la naturaleza de la participación acreditada

por el alumnado, sin perjuicio de poder ser aplicado el reconocimiento sobre materias de otra condición si las competencias o los contenidos permiten apreciar una vinculación superior o específica.

Artículo 13. Criterios de reconocimiento de ECTS por enseñanzas universitarias cursadas en centros extranjeros.

Se podrán reconocer ECTS correspondientes a estudios universitarios cursados en centros extranjeros (incluidos o no en un programa de intercambio), en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos adquiridos y los previstos en el plan de estudios, o bien que tengan carácter transversal.

Artículo 14. Criterios de reconocimiento de ECTS por experiencia laboral y profesional acreditada.

Se podrán reconocer ECTS correspondientes a la carga lectiva de un título de Grado definida en el respectivo plan de estudios, por experiencia laboral y profesional acreditada, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título. Dicha vinculación competencial deberá acreditarse documentalmente. Los reconocimientos se aplicarán sobre aquellas materias cuyas competencias asignadas puedan vincularse en mayor grado a la naturaleza de la experiencia profesional acreditada por el alumnado y, en el caso de contemplarse en el plan de estudios, sobre las prácticas externas previstas, pero en ningún caso podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de grado o de máster.

Artículo 15. Criterios de reconocimiento de ECTS por realización de prácticas externas.

- 1 Se podrán reconocer ECTS correspondientes a la carga lectiva de un título de Grado definida en el respectivo plan de estudios, por realización de prácticas externas en empresas, entidades o instituciones únicamente en el marco de convenios previamente establecidos por la Universidad y siempre que dichas prácticas estén relacionadas con las competencias inherentes a dicho título.
- 2 La realización de dichas prácticas deberá someterse al vigente régimen jurídico universitario y al reglamento y disposiciones que dicte al efecto la Universidad.
- 3 Su seguimiento y evaluación comportará en todo caso la elaboración de una memoria y la emisión de los expedientes que correspondan por parte de los académicos responsables del proceso.
- 4 Los reconocimientos se aplicarán sobre aquellas materias cuyas competencias asignadas puedan vincularse en mayor grado a la naturaleza de la prácticas realizadas por el alumnado y, en el caso de contemplarse en el plan de estudios, sobre las prácticas externas previstas, pero en ningún caso podrán ser objeto de reconocimiento los ECTS correspondientes a los trabajos de fin de grado o de máster.
- 5 El número máximo de ECTS que se podrán reconocer por este concepto es de seis.

Artículo 16. Transferencia de ECTS.

- 1 La transferencia de ECTS es la incorporación en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada alumno de la totalidad de créditos obtenidos en enseñanzas

oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra Universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

- 2 El alumnado puede solicitar la transferencia de ECTS al finalizar su programa, para su incorporación en el Diploma Suplemento al Título, o bien en el momento de solicitar su traslado de expediente a otra Universidad.
- 3 La solicitud puede hacerse directamente a la Secretaría del Centro o a través del Mentor personal, y su resolución corresponde al Decanato, previo informe de la Secretaría.
- 4 La transferencia de ECTS implica que, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, se incluirán la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.
- 5 Todos los ECTS transferidos serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título, regulado en el RD 1044/2003, de 1 de agosto, por el que se establece el procedimiento para la expedición por las universidades del Suplemento Europeo al Título.

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias	
MINIMO	MAXIMO
0	0
Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios	
MINIMO	MAXIMO
0	0
Adjuntar Título Propio	
-	
Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional	
MINIMO	MAXIMO
0	0

4.5 Complementos Formativos

Todas las personas cuya titulación de acceso no sea una de las previstas en el perfil recomendado de ingreso (titulaciones de la rama de conocimiento de las Ciencias Sociales y Jurídicas vinculadas a las disciplinas de la Economía y la Empresa), deberán superar íntegro el Curso Complementario de Formación (CCF) para el acceso al Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing, con independencia de cual fuere su titulación de origen.

4.5.1. Descripción del Curso Complementario de Formación (CCF)

A. Calendario

El CCF tiene una duración de nueve semanas y se ofrece anualmente dos veces:

1. Primera edición: del 1 de agosto al 7 de septiembre. Los exámenes finales tendrán lugar el sábado no festivo inmediatamente posterior al 15 de septiembre.

2. Segunda edición: del 1 de noviembre al 7 de enero. Los exámenes finales tendrán lugar el sábado no festivo inmediatamente posterior al 15 de enero.

B. Modalidad docente

El CCF se ofrecerá en modalidad no presencial u on-line, la misma del Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing.

C. Contenido

El CCF ordena su programa de contenidos en tres bloques afines que se desarrollan a la vez en tres unidades fundamentales de un ECTS cada una:

Bloque I

1. Derecho de la Empresa
2. Derecho del Mercado, la Competencia y el Consumo
3. Sociología

Bloque II

4. Economía Aplicada
5. Economía Financiera y Contabilidad
6. Organización de Empresas

Bloque III

7. Comercialización e Investigación de Mercados
8. Publicidad y Comunicación Audiovisual
9. Producción, Logística y Distribución

D. Actividades formativas

En el CCF se desarrollan cuatro actividades formativas:

1. Actividades teóricas: Clases teóricas on-line ordenadas preferentemente a la competencia de los estudiantes para aplicar los conocimientos adquiridos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con los estudios; prioriza la transmisión de conocimientos por parte del profesor, exigiendo al alumno la preparación previa o el estudio posterior. Por lo tanto, las horas asignadas a esta actividad formativa incluye: clases teóricas, análisis y estudio de documentación básica de la materia y tutorías con el profesor. Las metodologías que

corresponden a esta actividad formativa son las Videoconferencias, que consisten en la exposición de los contenidos teóricos de cada unidad del CFC por parte de un profesor o profesora sin la participación activa del alumnado, y las Conferencias, que consisten en la exposición a través de video sobre un tema de carácter científico, técnico o cultural llevada a cabo por una persona experta en cada unidad del CFC. Esta actividad formativa tiene una ponderación del treinta por ciento del global del CFC. El alumnado dispone, además de los medios audiovisuales, de textos claves y de textos referenciales para cada unidad, y puede autoevaluarse progresivamente mediante baterías de cuarenta preguntas test por cada unidad.

2. Actividades prácticas: Clases prácticas on-line ordenadas preferentemente a la competencia de los estudiantes para comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades en el ámbito de los estudios; prioriza la participación en común de los alumnos en la interpretación razonada de los conocimientos y de las fuentes del área de estudio, a partir de la coordinación del profesor. Por lo tanto, las horas asignadas a esta actividad formativa incluyen: clases prácticas, análisis y estudio de documentación básica de la materia y tutorías con el profesor. Las metodologías que corresponden a esta actividad formativa son los Workshops, que consisten en la exposición, por videoconferencia, de los contenidos prácticos de cada unidad del CFC por parte de un profesor o profesora con la participación activa del alumnado, y los Casos Prácticos, que consisten en el planteamiento, desarrollo y resolución de casos teóricos o prácticos sobre las unidades del programa. Esta actividad formativa tiene una ponderación del treinta por ciento del global del CFC. El alumnado dispone para cada unidad del CFC, además de los medios audiovisuales, de cuatro casos prácticos con tres cuestiones cada uno, cuya realización es preceptiva y permite el acceso a las respuestas correctas para su autoevaluación.

3. Actividades colaborativas: Foros on-line ordenados preferentemente a la competencia de los estudiantes para utilizar las tecnologías de la información y la comunicación propias del ejercicio profesional de los estudios; prioriza la realización por parte del alumno de las actividades prácticas ordenadas a la transmisión eficaz de información. La metodología que corresponde a esta actividad formativa son los Debates, que consisten en tres discusiones sucesivas dirigidas por el profesor o profesora a través de la plataforma de e-learning sobre temas relacionados con cada uno de los bloques del CFC. Esta actividad formativa tiene una ponderación del diez por ciento del global del CFC. El alumnado dispone para cada unidad del CFC de la documentación necesarias para plantear su participación en las discusiones del Foro.

4. Trabajo académico individual: Trabajos individuales on-line ordenados preferentemente a la competencia de los estudiantes para integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios en el ámbito de los estudios; prioriza el aprendizaje autónomo por parte del alumno. Por lo tanto las horas asignadas a esta actividad formativa incluye: trabajo individual (considerando trabajo autónomo del estudiante),

lectura y análisis de documentación y tutorías con el profesor. Esta actividad formativa tiene una ponderación del treinta por ciento del global del CFC. Para la realización de esta actividad formativa el alumnado dispone de un aplicativo específico dentro de la plataforma de e-learning que cuenta con un sistema de tutorización y validación continuada.

E. Sistemas de evaluación

Los sistemas de evaluación aplicados al CCF atienden a las actividades formativas previstas y a su correspondiente ponderación.

Las actividades teóricas se evalúan mediante examen test de 90 preguntas (30 por cada bloque) y, para superarlo, el alumnado debe responder correctamente a un mínimo de 70.

Las actividades prácticas se evalúan mediante examen de tres casos prácticos con tres cuestiones cada uno y, para superarlo, el alumnado debe responder correctamente y completamente a un mínimo de dos.

Las actividades colaborativas se evalúan mediante un informe que valora la participación del alumnado en el Foro de discusión y debate a través de diez ítems (previamente conocidos por el alumnado); el alumnado debe haber participado en los tres debates (uno por bloque) para superar esta evaluación y en caso contrario no puede superar el CCF.

El trabajo académico individual se evalúa mediante un informe que valora diez ítems (previamente conocidos por el alumnado). En caso de no presentación del trabajo individual, el alumnado no puede superar el CCF.

El alumnado disconforme con su evaluación puede solicitar del Decanato del Centro la convocatoria de una comisión evaluadora ante la cual someterse a una defensa pública de las actividades realizadas y de los conocimientos adquiridos. En este caso se aplican los plazos y procedimientos establecidos en la normativa del centro para las materias de los estudios oficiales.

F. Acreditación

La superación del CCF se acredita mediante una certificación académica del Centro en la que constan los datos académicos del programa, su fecha de realización y la calificación obtenida. Dicha certificación se emite duplicada y uno de los ejemplares se incorpora al expediente académico del alumno.

G. Coordinación

La coordinación del CCF corresponde a la Dirección del Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing, que designa anualmente el personal académico responsable de los contenidos, actividades y evaluación del programa, en función de su especialidad, así como de la tutoría y seguimiento personal del alumnado matriculado.

H. Incorporación al Máster

El alumnado que supere el CCF puede incorporarse al primer grupo del Máster que se constituya inmediatamente después de dicha superación, de acuerdo con la ordenación académica general del Centro.

El alumnado que curse el CFC antes de obtener la titulación legalmente requerida para el acceso a los estudios de Máster podrá obtener la Certificación acreditativa correspondiente, en caso de superación, pero su admisión al Máster no podrá hacerse efectiva hasta que acredite estar en posesión del título universitario oficial de acceso.

I. Reconocimientos

El CCF no es susceptible de reconocimiento total o parcial en virtud de formación académica ni tampoco por experiencia profesional.

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1. Descripción del Plan de Estudios

A. Distribución de los créditos

El plan de estudios del **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** por la Universidad Camilo José Cela presenta una carga académica total de 60 créditos, divididos en 42 créditos obligatorios, 9 créditos de prácticas externas obligatorias y 9 créditos de Trabajo de Fin de Máster. No se contemplan créditos optativos ni complementos formativos para el acceso (en atención al acceso limitado a titulados universitarios vinculados a la misma rama de conocimiento del Máster).

N	Tipo	ECTS
01	Créditos de formación básica	0
02	Créditos obligatorios	42
03	Créditos optativos	0
04	Créditos prácticas externas	9
05	Créditos trabajo fin de Grado o Máster	9
06	Créditos de complementos formativos	0
		60

B. Materias del Plan de Estudios

El plan de estudios del **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** por la Universidad Camilo José Cela se organiza en siete materias obligatorias, las prácticas externas obligatorias y el Trabajo Fin de Máster, también obligatorio por disposición del RD 1393/2007. Las materias no se subdividen en asignaturas ni se agrupan en módulos en atención a las características de sus contenidos-, adscribiéndose a cada una la adquisición de las competencias previstas y sus resultados de aprendizaje.

N	Materias	Tipo	ECTS
01	Proceso de Planificación Comercial y Marketing en las Organizaciones	Obligatoria	6
02	Habilidades y Competencias Directivas para Profesionales del Marketing	Obligatoria	6
03	Estrategias de Marketing y Operativas de Productos y Precios	Obligatoria	6
04	Investigación de Mercados, Gestión de la Información y Toma de Decisiones en Marketing	Obligatoria	6
05	Estrategias de Marketing y Operativas de Distribución, Comercialización y Ventas	Obligatoria	6
06	Gestión de Clientes y Cuentas Clave y Nuevos Modelos de Organización Comercial	Obligatoria	6
07	Marketing y Comercialización en Entornos Digitales	Obligatoria	6
08	Prácticas externas	Prácticas Externas	9
09	Trabajo Fin de Máster	Trabajo Fin de Máster	9
			60

C. Periodificación de las Materias

El plan de estudios del **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** por la Universidad Camilo José Cela presenta una periodificación absolutamente equilibrada de su carga docente, distribuyéndose el 50% de los créditos en cada uno de los dos cuatrimestres que constituyen el curso de su completa implantación. Las *Prácticas externas* se realizan obligatoriamente durante el segundo cuatrimestre al igual que el *Trabajo Fin de Máster*.

N	Materias Primer Cuatrimestre	ECTS
01	<i>Proceso de Planificación Comercial y Marketing en las Organizaciones</i>	6
02	<i>Habilidades y Competencias Directivas para Profesionales del Marketing</i>	6
03	<i>Estrategias de Marketing y Operativas de Productos y Precios</i>	6
04	<i>Investigación de Mercados, Gestión de la Información y Toma de Decisiones en Marketing</i>	6
05	<i>Estrategias de Marketing y Operativas de Distribución, Comercialización y Ventas</i>	6
<i>Total Primer Semestre:</i>		30

N	Materias Segundo Cuatrimestre	ECTS
06	<i>Gestión de Clientes y Cuentas Clave y Nuevos Modelos de Organización Comercial</i>	6
07	<i>Marketing y Comercialización en Entornos Digitales</i>	6
08	<i>Prácticas externas</i>	9
09	<i>Trabajo Fin de Máster</i>	9
<i>Total Segundo Semestre:</i>		30

D. Vinculación de las competencias a las materias

Las competencias básicas (CB), generales (CG) y específicas (CE) previstas en el **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** por la Universidad Camilo José Cela se vinculan a las materias de su plan de estudios de la forma siguiente:

Competencias	Materias del Plan de Estudios								
	01	02	03	04	05	06	07	08	09
CB-6									
CB-7									
CB-8									
CB-9									
CB-10									
CG-1									
CG-2									
CG-3									
CE-1									
CE-2									
CE-3									
CE-4									
CE-5									
CE-6									
CE-7									
CE-8									

E. Procedimiento para la organización de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida.

El **Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing** por la Universidad Camilo José Cela no contempla movilidad de estudiantes.

F. Procedimientos de coordinación docente horizontal y vertical del plan de estudios

El título cuenta con órganos y procedimientos de coordinación docente horizontal y vertical que permiten tanto una adecuada asignación de la carga de trabajo del estudiante como una adecuada planificación temporal, asegurando la adquisición de los resultados de aprendizaje.

Los planes de estudios de los Másteres implantados en COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) se ordenan en materias, sin ulteriores articulaciones en asignaturas ni agrupaciones en módulos. Dichos planes de estudios adoptan el modelo de asignación equilibrada de ECTS a las materias, siguiendo el referente de algunas universidades (Autónoma de Madrid, Nebrija, Extremadura, etc.), que fijan el 6 ECTS la carga estándar para las materias ordinarias, alterada únicamente para el caso de las prácticas externas y el trabajo fin de estudios.

La Dirección de los estudios es, de acuerdo con el Reglamento de Régimen Interior del Centro, el órgano académico unipersonal responsable de la coordinación general de su plan de estudios.

En ejercicio de sus funciones de coordinación vertical, la Dirección del programa ejerce la prefectura de los estudios, y sus atribuciones alcanzan al seguimiento de la actividad docente del profesorado y a la labor de apoyo del equipo tutorial. En primer lugar, la Dirección es la responsable de ordenar la revisión anual de las guías docentes de cada materia, comprobando su correcto y completo perfeccionamiento y su accesibilidad para toda la comunidad universitaria del Centro. Así mismo, la Dirección ordena los calendarios académicos, las convocatorias de las pruebas de evaluación y los plazos anuales necesarios para organizar los diversos procesos académicos propios de cada curso.

Por otro lado, la coordinación vertical ejercida por la Dirección de los estudios contempla también la organización de actividades formativas de apoyo al profesorado, dirigidas en primer término a la mejora y optimización de los recursos docentes y sus innovaciones metodológicas; en segundo término, la Dirección asume también la función de trasladar a los equipos docentes y tutoriales la información sobre los cambios normativos que les afecten, ya sean del Centro, de la Universidad o emanados de las diferentes administraciones universitarias, así como los relativos al cumplimiento del sistema de garantía interna de la calidad.

En ejercicio de sus funciones de coordinación horizontal, la Dirección de los estudios convoca reuniones ordinarias semestrales con el profesorado responsable de las materias del Plan de Estudios y su equipo tutorial. En estas reuniones, el consejo de cada estudio debe informar preceptivamente de lo siguiente:

- Nivel de consistencia del perfil de competencias de la titulación con los requisitos de la materia y con el nivel formativo correspondiente del MECES 3.
- Nivel de coherencia del plan de estudios y de la estructura del curriculum con el perfil de competencias y con los objetivos de la titulación.
- Nivel de adecuación de los estudiantes admitidos en el Máster al perfil recomendado para el ingreso a la titulación.
- Nivel de adecuación de los mecanismos de coordinación docente establecidos para el correcto funcionamiento de los estudios.
- Nivel de aplicación de las diferentes normativas de organización y funcionamiento del Centro y de su impacto positivo sobre los resultados de la titulación.
- Nivel de coherencia de las actividades formativas con los resultados de aprendizajes previstos, correspondientes al nivel MECES 3.
- Nivel de fiabilidad de los sistemas de evaluación aplicados para certificar los resultados de aprendizajes previstos en el título.
- Nivel de adecuación de los valores fijados como indicadores académicos del título a sus características reales.
- Nivel de adecuación de los valores fijados como indicadores de la inserción laboral del título a sus características reales.
- Nivel de cumplimiento de los requisitos legales de cualificación académica (docente e investigadora) y profesional del profesorado de los estudios.
- Nivel de capacidad y disponibilidad del profesorado de los estudios para desarrollar sus funciones docentes y atender al alumnado.
- Nivel de satisfacción del profesorado con el apoyo del centro a su mejora de la calidad docente.

5.2. Prácticas Externas: organización y procedimiento

Engloba las prácticas externas y se programa en el segundo semestre del Máster Universitario con el objetivo de que, una vez adquirida una formación académica suficiente, los estudiantes entren en contacto con la práctica de empresa y, guiados por profesionales de las mismas, tomen contacto con el ejercicio de la profesión. Además contará con la supervisión de un tutor académico.

La Práctica se realizará de manera on-line en una empresa con realización de las tareas propias de un responsable técnico y/o de gestión en el ámbito de Máster Universitario. Las tareas a realizar las establece el tutor empresarial en coordinación con el tutor académico, siendo estas para aplicación real en

la empresa y se basarán en las necesidades y situación de la empresa. Tendrán una duración preestablecida para alcanzar los objetivos planteados. El seguimiento de las actividades se realizará a través de la plataforma e-star (ofrecida por la Fundación Universidad y Empresa y utilizada por diversas universidades Españolas).

Este programa de prácticas e-start, ampliamente reconocido y utilizado por otras universidades en España y Europa, tiene como objetivo la realización de trabajos o estudios por parte de los alumnos, a partir de casos reales planteados por empresas, asociaciones empresariales y otras entidades públicas y privadas, a través de una plataforma virtual 2.0 que permita la comunicación de todos los agentes implicados (tutor académico, tutor empresarial, alumno y FUE) y está sujeto a lo dispuesto en el Real Decreto 1707/2011 de 18 de noviembre, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios.

Las premisas del programa son:

- **Objetivos:** El modelo plantea la resolución de casos prácticos reales propuestos por empresas, asociaciones empresariales y otro tipo de instituciones públicas o privadas a través de una plataforma 2.0 que permite la comunicación de todos los agentes implicados (tutor académico, tutor empresarial, estudiante y Fundación Universidad-Empresa).
- **Implementación:** La flexibilidad de este modelo, permite su implementación como practicum obligatorio en los grados o Máster Universitario, como una alternativa a las prácticas presenciales voluntarias de grado o como metodología de una asignatura. De igual forma, la resolución de estos casos podrá realizarse de forma individual o en grupo. La forma de implementación será siempre decisión de la universidad.
- **Ventajas para la universidad:** Ofrecer una experiencia pre-profesional real y certificada por la empresa a un número muy elevado de estudiantes universitarios, incrementando la empleabilidad de sus futuros egresados.
- **Ventaja para la empresa.** Este modelo ofrece a las empresas y organizaciones, tanto públicas como privadas, con el apoyo de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid y CEIM, un nuevo servicio que aporta valor añadido. En el caso de las PYMEs supone además una vía de acercamiento a la universidad.
- **Ventaja para el alumno:** e-start ofrece al estudiante formación práctica certificada acorde a su titulación y con reconocimiento de créditos ECTS. Además, en el caso de estudiantes de Máster Universitario que compaginan su estudio con un empleo, representa la única forma viable de realizar las prácticas.

El alumno realizará su práctica de forma autónoma e independiente, bajo las indicaciones y directrices del tutor empresarial y en todo momento contará con el apoyo del tutor académico, en función de sus necesidades y a demanda del alumno.

La evaluación de la práctica externa, se realiza en dos fases. En la primera de ellas, el tutor empresarial emite un informe de contenido normalizado, en el que valora la actitud (características del trabajo realizado, contenidos del trabajo, conocimientos del alumno,...) y la aptitud del alumno (participación, implicación, ganas de aprender,...).

En la segunda fase, el tutor académico califica al alumno en función de los resultados del seguimiento realizado, del informe del tutor empresarial, del informe del alumno y de la valoración de los trabajos finales entregados por el alumno a la empresa.

5.2.1 Procedimiento de realización de prácticas externas.

1. Firma Convenio Marco Universidad/FUE

El procedimiento de puesta en marcha y gestión de las prácticas e-Start tiene como punto de partida, la firma de un Convenio Marco con la Universidad y la solicitud de búsqueda de prácticas para un perfil determinado de estudiantes. Para esto, la Universidad deberá definir:

- Tipo de práctica: practicum de Máster Universitario.
- Duración. Créditos ECTS otorgados a la práctica y calendario aproximado de las mismas.
- Modalidad individual.
- Preferencias en cuanto al área específica y tipo de prácticas y perfil de empresas o instituciones participantes en el programa.

2. Búsqueda de prácticas y validación.

Definidos estos aspectos, la Fundación Universidad-Empresa procederá a realizar la búsqueda de prácticas de empresas e instituciones. Las interesadas, deberán presentar la práctica a través del modelo de solicitud de proyecto que será remitido posteriormente a la Universidad para su validación y la asignación de alumno/s y tutor académico de la misma. En este modelo se identifica la persona de la empresa o institución que va a realizar las tareas de tutor empresarial. Las prácticas propuestas deben ser sobre aspectos en los que la empresa esté trabajando en ese momento o quiera mejorar: anteproyectos, actividades de pre-consultoría, elaboración de informes o estudios,.....

El tutor académico valida las propuestas de acuerdo a las competencias a adquirir, la duración, las tareas a realizar, lo interesante y avanzado de los trabajos a realizar, etc. La evaluación y selección de las prácticas garantiza que las tareas específicas que va a realizar cada alumno permiten a este alcanzar las competencias específicas planteadas en cada práctica y cumplir por tanto con las específicas de la asignatura.

Serán rechazadas aquellas propuestas que no sean adecuadas a las necesidades establecidas.

3. Alta proyectos y usuarios en la plataforma.

Una vez hayan sido asignados las diferentes practicas a los alumnos, la FUE procederá a dar de alta los proyectos validados por los tutores académicos correspondientes y a los usuarios en la plataforma.

La semana anterior al comienzo de la práctica, todos los usuarios (alumno, tutor empresarial y tutor académico) recibirán un correo electrónico con las claves de acceso, la información sobre la práctica asignada y los pasos a seguir.

En el primer acceso a la plataforma los usuarios, deberán aceptar los términos y condiciones del convenio específico de prácticas que se tramitará a través del mail certificado. Sin la aceptación de los mismos, los usuarios no podrán acceder a la información del proyecto disponible en la plataforma.

4. Comienzo y seguimiento de la práctica.

A partir de la fecha prevista, todos los usuarios podrán comenzar a comunicarse y trabajar a través de la plataforma, sin perjuicio de que concierten las reuniones o los eventos offline que consideren oportunos.

El tutor académico será el responsable de definir el cronograma del trabajo encargado por la empresa y el programa de tutorías académicas con la periodicidad que estime necesaria.

El alumno realizará las actividades encomendadas, bajo la guía del tutor empresarial. La tutoría de los proyectos podrá realizarse por parte del tutor empresarial, a través de Foros, chats, subida avanzada de archivos correspondientes a trabajos solicitados por el tutor empresarial, cuestionarios y test, videos, teleconferencias, etc. El tutor académico realiza un seguimiento de dichas actividades.

5. Finalización de la práctica

En la fecha prevista de finalización, el alumno deberá presentar un informe del trabajo realizado a los tutores académicos y empresariales, en los que deberán figurar, entre otros, los siguientes aspectos:

- a) Datos personales del estudiante.
- b) Entidad colaboradora donde ha realizado las prácticas y lugar de ubicación.
- c) Descripción concreta y detallada de las tareas, trabajos desarrollados y departamentos de la entidad a los que ha estado asignado.
- d) Valoración de las tareas desarrolladas con los conocimientos y competencias adquiridos en relación con los estudios universitarios.
- e) Relación de los problemas planteados y el procedimiento seguido para su resolución.
- f) Identificación de las aportaciones que, en materia de aprendizaje, han supuesto las prácticas.
- g) Evaluación de las prácticas y sugerencias de mejora.

Además, el estudiante elaborará, en su caso, un informe de seguimiento intermedio, preferentemente una vez transcurrida la mitad del período de duración de las prácticas, que recoja la valoración del desarrollo del Proyecto Formativo.

El tutor empresarial realizará y remitirá al tutor académico de la universidad un informe final, a la conclusión de las prácticas, que recogerá el número de horas realizadas por el estudiante en las diferentes tareas y en el cual podrá valorar los siguientes aspectos referidos, en su caso, tanto a las competencias genéricas como a las específicas, previstas en el correspondiente proyecto formativo:

- Capacidad técnica.
- Capacidad de aprendizaje.
- Administración de trabajos.
- Habilidades de comunicación oral y escrita. En el caso de estudiantes con discapacidad que tengan dificultades en la expresión oral, deberá indicarse el grado de autonomía para esta habilidad y si requiere de algún tipo de recurso técnico y/o humano para la misma.
- Sentido de la responsabilidad.
- Facilidad de adaptación.
- Creatividad e iniciativa.
- Implicación personal.
- Motivación.
- Receptividad a las críticas.
- Puntualidad.
- Relaciones con su entorno laboral.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Aquellos otros aspectos que se consideren oportunos.

A partir del Informe del trabajo realizado por el alumno, del informe realizado por el tutor empresarial y de la información del seguimiento de las actividades y comunicaciones on-line realizadas, el tutor académico realiza el informe de valoración de las prácticas y las califica.

Finalizadas las prácticas externas, la universidad emitirá un documento acreditativo de las mismas que contendrá, al menos, los siguientes aspectos:

- Titular del documento.
- Entidad colaboradora donde se realizaron las prácticas.
- Descripción de la práctica especificando su duración y fechas de realización.
- Actividades realizadas.

5.3. Actividades formativas

El Centro contempla un conjunto de actividades formativas a desarrollar en sus programas, cuyos componentes se incorporan a cada una de las materias del programa en función de sus contenidos, competencias y resultados de aprendizaje:

1. **Clases teóricas:** Actividad formativa on-line ordenada preferentemente a la competencia de los estudiantes para aplicar los conocimientos adquiridos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con los estudios; prioriza la transmisión de conocimientos por parte del profesor, exigiendo al alumno la preparación previa o el estudio posterior. Por lo tanto las horas asignadas a esta actividad formativa incluye: clases teóricas, análisis y estudio de documentación básica de la materia y tutorías con el profesor.
2. **Clases prácticas:** Actividad formativa on-line ordenada preferentemente a la competencia de los estudiantes de poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando en el ámbito de los estudios de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo, y a la competencia de los estudiantes para comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades en el ámbito de los estudios; prioriza la participación en común de los alumnos en la interpretación razonada de los conocimientos y de las fuentes del área de estudio, a partir de la coordinación del profesor. Por lo tanto las horas asignadas a esta actividad formativa incluye: clases teóricas, análisis y estudio de documentación básica de la materia y tutorías con el profesor.
3. **Foros:** Actividad formativa on-line ordenada preferentemente a la competencia de los estudiantes para utilizar las tecnologías de la información y la comunicación propias del ejercicio profesional de los estudios; prioriza la realización por parte del alumno de las actividades prácticas ordenadas a la transmisión eficaz de información.
4. **Trabajos individuales:** Actividad formativa on-line ordenada preferentemente a la competencia de los estudiantes para integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios en el ámbito de los estudios; prioriza el aprendizaje autónomo por parte del alumno. Por lo tanto las horas asignadas a esta actividad formativa incluye: trabajo individual (considerando trabajo autónomo del estudiante), lectura y análisis de documentación y tutorías con el profesor.
5. **Trabajos colectivos:** Actividad formativa on-line ordenada preferentemente a la competencia de los estudiantes para integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios en el ámbito de los estudios; prioriza el aprendizaje cooperativo por parte del alumno. Por lo tanto las horas asignadas a esta actividad formativa incluye: trabajos colectivos, lectura y análisis de documentación y tutorías con el profesor.

6. **Prácticas:** Actividad formativa on-line o presencial ordenada preferentemente a la competencia de los estudiantes para tramitar profesionalmente relaciones jurídicas o económicas de terceros susceptible de representación ante las administraciones públicas por los gestores administrativos colegiados; prioriza la realización por parte del alumno de las actividades prácticas que supongan la aplicación de los conocimientos teóricos (laboratorios, trabajos de campo, prácticas tuteladas, prácticas regladas, prácticas asistenciales, etc.).

Se atribuye a cada ECTS del Máster un valor de 25 horas de trabajo del estudiante, por lo que el curso completo requiere una dedicación de 1.500 horas. La programación de las materias integrantes de las materias y su coordinación por cursos garantiza que estas horas se distribuyen uniformemente a lo largo de las 38-40 semanas lectivas del calendario académico.

5.4. Metodologías docentes

El modelo educativo del Centro contempla una serie de metodologías docentes que se incorporan a cada una de las actividades formativas de acuerdo con su ordenación y priorización:

- 1 **Videoconferencias:** Metodología de enseñanza activa que consiste en la exposición por videoconferencia de los contenidos teóricos de la materia por parte de un profesor o profesora sin la participación activa del alumnado dentro de la actividad formativa de las Clases Teóricas.
- 2 **Workshops:** Metodología de enseñanza activa que consiste en la exposición por videoconferencia de los contenidos prácticos de la materia por parte de un profesor o profesora con la participación activa del alumnado dentro de la actividad formativa de las Clases Prácticas.
- 3 **Debates:** Metodología de enseñanza activa que consiste en debates dirigidos por el profesor o profesora a través de la plataforma de e-learning sobre temas relacionados con la materia dentro de la actividad formativa del Foro.
- 4 **Conferencias:** Metodología de enseñanza activa que consiste en la exposición a través de video sobre un tema de carácter científico, técnico o cultural llevada a cabo por una persona experta dentro de la actividad formativa de las Clases Teóricas.
- 5 **Casos:** Metodología de enseñanza activa que consiste en el planteamiento, desarrollo y resolución de casos teóricos o prácticos sobre las materias del programa dentro de la actividad formativa de las Clases Prácticas.
- 6 **Simulaciones:** Metodología de enseñanza activa que consiste en el desarrollo, personal o compartido, de un rol en un escenario vinculado a una materia del programa en el que participan actores diversos, que se realiza a través de un aplicativo específico y puede incorporarse a las actividades formativas de Trabajos Individuales o Colectivos.
- 7 **Ejercicios:** Metodología de enseñanza activa que consiste en la elaboración individual de trabajos vinculados a las materias del programa dentro de la actividad formativa de Trabajos Individuales.

- 8 **Trabajos:** Metodología de enseñanza activa que consiste la realización del trabajo obligatorio de final de estudios, de acuerdo con la normativa específica al efecto, y se incorpora a la actividad formativa de Trabajos Individuales.
- 9 **Memorias:** Metodología de enseñanza activa que consiste en la elaboración individual de memorias de las actividades realizadas en el marco de las prácticas académicas dentro de la actividad formativa de Prácticas.
- 10 **Tutorías:** Metodología de enseñanza activa que consiste en el seguimiento, asesoramiento e información individual al alumnado de todas las actividades formativas por parte de un tutor o tutora, vía virtual o presencial, y de manera personal o en grupo.

5.5. Sistemas de Evaluación

El modelo educativo del Centro contempla unos sistemas de evaluación que se incorporan a cada una de las materias en función de sus características. Dichos sistemas se vinculan sistemáticamente a cada uno de los resultados previstos de aprendizaje determinados en cada materia.

- 1 **Evaluación de contenidos teóricos:** Valoración a través de las pruebas test y de desarrollo teórico incorporadas al examen escrito y presencial de la materia. Estas pruebas se diseñan para acreditar la efectiva adquisición de aquellos resultados de aprendizaje definidos como “Conocimiento de”, “Definición de”, “Descripción de” o “Identificación de”.
- 2 **Evaluación de contenidos prácticos:** Valoración a través de las pruebas de casos y ejercicios prácticos incorporadas al examen escrito y presencial de la materia. Estas pruebas se diseñan para acreditar la efectiva adquisición de aquellos resultados de aprendizaje definidos como “Comprensión de”, “Dominio de”, “Descripción de” o “Interpretación de”.
- 3 **Evaluación de los Foros y Tutorías:** Valoración del informe del profesor sobre la participación del alumnado (frecuencia y calidad de las aportaciones en la actividad formativa). Estas evaluaciones se realizan para acreditar la efectiva adquisición de aquellos resultados de aprendizaje definidos como “Comprensión de” o “Interpretación de”.
- 4 **Evaluación de los trabajos:** Valoración de la corrección de los ejercicios y trabajos individuales o colectivos por parte del profesorado. Estos trabajos se evalúan para acreditar la efectiva adquisición de aquellos resultados de aprendizaje definidos como “Comprensión de”, “Dominio de” o “Interpretación de”.
- 5 **Evaluación de las prácticas:** Valoración de la memoria informativa de las actividades realizadas; valoración del informe de seguimiento tutorial de la empresa; y valoración del informe tutorial del responsable de la materia. Estas memorias se evalúan para acreditar la efectiva adquisición de aquellos resultados de aprendizaje definidos como “Comprensión de” o “Dominio de”.

- 6 **Evaluación de trabajos de fin de estudios:** Valoración del informe tutorial del responsable de la dirección del trabajo; valoración de la defensa pública ante el tribunal compuesto por tres profesores del máster. Estos calificarán el TFM asignando una puntuación de 0 a 10 a los siguientes elementos:
- 1 Identificación y conceptualización del objeto de estudio del TFM.
 - 2 Acreditación de la originalidad de TFM y/o de sus aportaciones.
 - 3 Uso correcto del registro científico del lenguaje en las exposiciones, definiciones, argumentaciones y conclusiones.
 - 4 Uso completo y sistemático de la documentación y de las fuentes de información.
 - 5 Factura ordenada y clara de los contenidos textuales y gráficos del TFM.
 - 6 Otros elementos específicos a valorar (p.e.: creatividad, continuidad de la investigación, vinculación a los objetivos, competencias y resultados de aprendizaje del programa, etc.).
 - 7 La calificación final del TFM será el resultado de aplicar la media aritmética de las puntuaciones de cada miembro del Tribunal y se expresará numéricamente de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que se añadirá su correspondiente calificación cualitativa:
 - 0 – 4,9: Suspenso (SU)
 - 5,0 – 6,9: Aprobado (AP)
 - 7,0 – 8,9: Notable (NT)
 - 9,0 – 10: Sobresaliente (SB)

5.6. Materias

5.6.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

DENOMINACIÓN MATERIA 01
Proceso de Planificación Comercial y Marketing en las Organizaciones
CARÁCTER
CRÉDITOS DE LA MATERIA

Obligatoria

6 créditos

DESPLIEGUE TEMPORAL - Unidad temporal

Cuatrimestral

CRÉDITOS DE LA MATERIA EN CADA UNIDAD TEMPORAL
Cuatrimestre 1
Cuatrimestre 2

6

0

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

Español

ESPECIALIDAD

NO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

En esta materia el estudiante aprenderá la importancia y necesidad de planificar la actividad comercial y de marketing en las organizaciones con tal de gestionar y optimizar los recursos disponibles. Para ello estudiará a fondo los aspectos y condicionantes internos de la organización que deben ser considerados frente al análisis previo al proceso de toma de decisiones estratégicas, los condicionantes externos a analizar por la organización y como éstos se estructuran (entorno y mercado), conocer la metodología para la realización de un diagnóstico como base fundamental del establecimiento de toma de decisiones frente al proceso de planificación. Partiendo de los análisis y diagnóstico, el estudiante deberá establecer el proceso planificación estratégica con tal de poder competir con éxito en el mercado. Planificación: destinada a la toma de decisiones clave en relación a las distintas áreas y variables que van a determinar la actividad comercial y marketing de la empresa. Ejecución: asegurando que las estrategias propuestas se convierten en hechos y actuaciones en el mercado. Control: como sistema de seguimiento y valoración de lo previsto versus lo realmente realizado y logrado. En esta materia se desarrollan en profundidad la estructura de los proyectos, planes estratégicos y planes de marketing, su interrelación, así como cuáles son los ámbitos y escenarios de decisiones estratégicas clave a abordar por el profesional que posteriormente condicionarán las decisiones operativas de las distintas variables del marketing mix.

CONTENIDOS

Los contenidos de esta materia se estructuran en seis grandes bloques, orientados todos ellos a una aplicación en la praxis directiva estratégica sobre el proceso de planificación comercial y Marketing en las organizaciones.

El primer bloque aborda el análisis crítico de los fenómenos organizativos perfilados por la dinámica globalizadora del mercado y de la integración de las tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones, proyectando en clave profesional sus tendencias y sus condicionantes externos sobre la planificación comercial y de marketing y sobre los recursos cualitativos y cuantitativos para su gestión y dirección.

El segundo bloque aborda la dimensión tipológica de las organizaciones ante la planificación comercial y de marketing, analizando las claves que singularizan las empresas comerciales de las organizaciones sin ánimo de lucro y de las públicas, estudiando las experiencias más avanzadas en la adaptación de la planificación a los condicionantes internos de cada categoría organizativa.

El tercer bloque analiza, en clave fenomenología y desde una perspectiva profesional, los modelos más avanzados – integradores de los condicionantes externos e internos precedentes– para el diseño de los procesos de planificación comercial y Marketing en las organizaciones, revisando críticamente la conceptualización de dichos procesos para vincularla a las opciones modélicas.

El cuarto bloque se dedica las metodologías para el diseño de los procesos de planificación comercial y Marketing en las organizaciones, y en ella se relacionan las técnicas de análisis y diagnóstico en función de la tipología organizativa y del entorno de mercado para poner de manifiesto la preceptiva coherencia que el enfoque del proceso debe asegurar para su correcto diseño y su eficiencia económica.

El quinto bloque es el dedicado a la dimensión ejecutiva del proceso de planificación comercial y de Marketing, y en el se abordan, primero descriptivamente y luego críticamente, los diversos sistemas a disposición de la dirección para el seguimiento de la eficacia de la implementación de las decisiones estratégicas planificadas, y para el control de la eficiencia de sus resultados.

Finalmente, el sexto bloque desarrolla en profundidad, a través de casos prácticos, la estructura de los proyectos, planes estratégicos y planes de marketing, su interrelación, así como cuáles son los ámbitos y escenarios de decisiones estratégicas clave a abordar por el profesional que posteriormente condicionarán las decisiones operativas de las distintas variables del marketing mix.

OBSERVACIONES

Los contenidos de esta materia han sido informados favorablemente por la Asociación de Marketing de España (MKT) a efectos de acreditar su adecuación con la especialización profesional y con el nivel MECES 3.

COMPETENCIAS

CB-10, CG2, CG3

CE-01 CE-03 CE-04 CE-08

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad

horas

% presencialidad

1. Clases teóricas	20	0
2. Clases prácticas	5	0
3. Foros	5	0
4. Trabajos individuales	120	0
METODOLOGÍAS DOCENTES		
1. Videoconferencias		
2. <i>Workshops</i>		
3. Debates		
4. Conferencias		
5. Casos		
7. Ejercicios		
10. Tutorías		
SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
	Ponderación mínima	Ponderación máxima
1. Evaluación de contenidos teóricos	25	50
2. Evaluación de contenidos prácticos	25	50
3. Evaluación de los Foros y Tutorías	5	20
4. Evaluación de los Trabajos	25	50

DENOMINACIÓN MATERIA 02		
<i>Habilidades y Competencias Directivas para Profesionales del Marketing</i>		
CARÁCTER		CRÉDITOS DE LA MATERIA
Obligatoria	6 créditos	
DESPLIEGUE TEMPORAL - Unidad temporal		
Cuatrimestral		
CRÉDITOS DE LA MATERIA EN CADA UNIDAD TEMPORAL		
Cuatrimestre 1	Cuatrimestre 2	
6	0	
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
Español		
ESPECIALIDAD		
NO		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>En esta materia el alumnado desarrollará los valores, actitudes y habilidades sociales y personales, esenciales que debe poseer un profesional de la Dirección Comercial y el Marketing del siglo XXI, entre los que destacan: inteligencia emocional, gestión del tiempo, organización de reuniones, hablar en público, negociación, liderazgo, trabajo en equipo, etc.</p>		
CONTENIDOS		
<p>En una breve descripción de dichos contenidos corresponde señalar como unidades basales las siguientes: bases y desarrollo de la inteligencia emocional; técnicas de gestión del tiempo; reuniones eficaces; hablar en público; teoría y técnicas de negociación; deontología profesional del directivo; estilos de liderazgo en las organizaciones; planteamientos sobre la motivación; promoción del trabajo en equipo; comunicación interpersonal; gestión del conocimiento; responsabilidad social empresarial. El alumnado dispone como referente principal completo y actualizado en web de dichos contenidos el libro colectivo <i>Habilidades y Competencias Directivas</i> (Ed. CEF).</p>		
OBSERVACIONES		
<p>Los contenidos de esta materia han sido informados favorablemente por la Asociación de Marketing de España (MKT) a efectos de acreditar su adecuación con la especialización profesional y con el nivel MECES 3.</p>		
COMPETENCIAS		
CB-08 CB-09 CG01		
CE-05 CE-07		
ACTIVIDADES FORMATIVAS		
Actividad	horas	% presencialidad
1. Clases teóricas	8	0
2. Clases prácticas	7	0
3. Foros	5	0
4. Trabajos individuales	105	0
5. Trabajos colectivos	25	0
METODOLOGÍAS DOCENTES		
1. Videoconferencias		

2. <i>Workshops</i>		
3. Debates		
4. Conferencias		
5. Casos		
7. Ejercicios		
10. Tutorías		
SISTEMAS DE EVALUACIÓN	Ponderación mínima	Ponderación máxima
1. Evaluación de contenidos teóricos	25	50
2. Evaluación de contenidos prácticos	25	50
3. Evaluación de los Foros y Tutorías	5	20
4. Evaluación de los Trabajos	10	50

DENOMINACIÓN MATERIA 03
Estrategias de Marketing y Operativas de Productos y Precios
CARÁCTER
CRÉDITOS DE LA MATERIA

Obligatoria

6 créditos

DESPLIEGUE TEMPORAL - Unidad temporal

Cuatrimestral

CRÉDITOS DE LA MATERIA EN CADA UNIDAD TEMPORAL

Cuatrimestre 1

Cuatrimestre 2

6

0

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

Español

ESPECIALIDAD

NO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

En esta materia el alumnado aprenderá los conceptos, técnicas y herramientas que permiten saber el “estado de salud” de todos los productos del catálogo de que esté produciendo la empresa. Éstas estarán siempre en función del ciclo de vida del producto/s en estudio, de la posición de la empresa en su mercado y la orientación de la propia empresa a invertir en nuevas estructuras, procesos y recursos que lideren una actualización de todo lo que rodea el producto (*packaging* y cadenas productivas). La aplicación regular, metódica y crítica de todas las técnicas, recursos y metodologías de marketing aplicadas al análisis, diagnóstico e implementación de las políticas estratégicas correctivas que se crean oportunas. Estudio de los procesos y técnicas y rol del profesional de marketing en el proceso de I+D+i (investigación, desarrollo e innovación) de productos en la empresa como base de su permanencia y desarrollo en el mercado. Desarrollar las competencias y el rol del profesional de marketing (*Product Manager*) que a su vez estará encargado de llevar a término las Estrategias de Marketing directamente relacionadas con la marca, la gama de productos y/o productos gestionados individualmente para mejor rentabilidad económica y eficiencia productiva. Aprender el papel que juega la variable precio en los mercados actuales, conociendo cuales son los aspectos clave que lo condicionan, así como las distintas estrategias y técnicas para la fijación y determinación de precios de un producto dentro de una estrategia integrada comercial y de marketing.

CONTENIDOS

Los contenidos de esta materia se estructuran en seis grandes bloques, orientados todos ellos a una aplicación en la praxis directiva estratégica sobre los productos comerciales y sus precios de venta.

El primer bloque aborda los modelos avanzados de integración de las operativas de productos y precios como variables en la planificación estratégica de Marketing.

El segundo se dedica al análisis crítico de la categorización del producto comercial y de sus atributos y dimensiones en una perspectiva evolutiva marcada por la dinámica de la globalización del mercado.

El tercer bloque analiza, en clave fenomenológica y desde una perspectiva profesional, el llamado ciclo evolutivo del producto comercial, con las opciones de una dirección estratégica sobre las fases y las opciones alternativas que ello genera.

El cuarto bloque se dedica a las carteras de productos comerciales, con especial detalle sobre sus modelos más avanzados de configuración y sobre las diversas opciones metodológicas para su análisis económico en el contexto actual.

El quinto bloque es el dedicado a la política de precios, analizando, en primer término, el papel que juega la variable precio en los mercados actuales, y estudiando los aspectos clave que condicionan toda política de precios.

Finalmente, el sexto bloque desarrolla, en clave profesional, las distintas estrategias y modelos para la fijación y determinación de precios de un producto dentro de una estrategia integrada comercial y de marketing.

OBSERVACIONES

Los contenidos de esta materia han sido informados favorablemente por la Asociación de Marketing de España (MKT) a efectos de acreditar su adecuación con la especialización profesional y con el nivel MECES 3.

COMPETENCIAS

CB-06 CB-10 CG1 CG3

CE-04 CE-05 CE-08

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad	horas	% presencialidad
1. Clases teóricas	8	0
2. Clases prácticas	7	0
3. Foros	5	0
4. Trabajos individuales	120	0
5. Trabajos colectivos	10	0

METODOLOGIAS DOCENTES

1. Videoconferencias
2. *Workshops*
3. Debates
4. Conferencias

5. Casos		
7. Ejercicios		
10. Tutorías		
SISTEMAS DE EVALUACIÓN	Ponderación mínima	Ponderación máxima
1. Evaluación de contenidos teóricos	25	50
2. Evaluación de contenidos prácticos	25	50
3. Evaluación de los Foros y Tutorías	5	20
4. Evaluación de los Trabajos	10	50

DENOMINACIÓN MATERIA 04		
<i>Investigación de Mercados, Gestión de la Información y Toma de Decisiones</i>		
CARÁCTER		CRÉDITOS DE LA MATERIA
Obligatoria	6 créditos	
DESPLIEGUE TEMPORAL - Unidad temporal		
Cuatrimestral		
CRÉDITOS DE LA MATERIA EN CADA UNIDAD TEMPORAL		
Cuatrimestre 1	Cuatrimestre 2	
6	0	
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
Español		
ESPECIALIDAD		
NO		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>A través de esta materia el alumnado aprenderá cuales son las diferentes fuentes y técnicas para la obtención de información objetiva como base del proceso de toma de decisiones en el ámbito comercial y de marketing. Analizará datos e informaciones obtenidas para su aplicación al proceso de toma de decisiones, así como los distintos niveles en el proceso de toma de decisiones y sus implicaciones para el desarrollo de la empresa.</p>		
CONTENIDOS		
<p>En una breve descripción de dichos contenidos corresponde señalar como unidades basales las siguientes: la conceptualización científica de la investigación de mercados; la investigación exploratoria: técnicas de investigación cualitativa; la investigación descriptiva: la observación y la encuesta; los diseños del cuestionario de investigación; los principios fundamentales del muestreo y sus enfoques teóricos.</p>		
OBSERVACIONES		
<p>Los contenidos de esta materia han sido informados favorablemente por la Asociación de Marketing de España (MKT) a efectos de acreditar su adecuación con la especialización profesional y con el nivel MECES 3.</p>		
COMPETENCIAS		
CB-06 CB-10 CG2		
CE-01 CE-06		
ACTIVIDADES FORMATIVAS		
Actividad	horas	% presencialidad
1. Clases teóricas	5	0
2. Clases prácticas	10	0
3. Foros	5	0
4. Trabajos individuales	110	0
5. Trabajo colectivos	20	0
METODOLOGÍAS DOCENTES		
1. Videoconferencias		
2. <i>Workshops</i>		
3. Debates		
4. Conferencias		
5. Casos		
7. Ejercicios		
10. Tutorías		
SISTEMAS DE EVALUACIÓN		Ponderación máxima
1. Evaluación de contenidos teóricos	25	50

2. Evaluación de contenidos prácticos	25	50
3. Evaluación de los Foros y Tutorías	5	20
4. Evaluación de los Trabajos	25	50

DENOMINACIÓN MATERIA 05		
<i>Estrategias de Marketing y Operativas de Distribución, Comercialización y Ventas</i>		
CARÁCTER	CRÉDITOS DE LA MATERIA	
Obligatoria	6 créditos	
DESPLIEGUE TEMPORAL - Unidad temporal		
Cuatrimestral		
CRÉDITOS DE LA MATERIA EN CADA UNIDAD TEMPORAL		
Cuatrimestre 1	Cuatrimestre 2	
6	0	
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
Español		
ESPECIALIDAD		
NO		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>A través de esta materia el estudiante adquirirá los conocimientos y competencias para conocer los diferentes tipos de canales de distribución que existen en el mercado, decidir las estrategias más efectivas según los condicionantes de mercado y la posición de la empresa en el mismo. Conocerá los procesos de comercialización y como los distintos canales y circuitos existentes condicionan las decisiones estratégicas comerciales y de marketing de la empresa. Sabrá organizar, dimensionar y gestionar a un equipo de ventas y su actividad en el mercado en función de los objetivos y posición de la empresa en el mercado. Conocerá las técnicas y habilidades para la venta como futuro responsable de equipos y su actividad, teniendo la capacidad de alinear la actividad de ventas con la estrategia comercial y de marketing de la empresa.</p>		
CONTENIDOS		
<p>Los contenidos de esta materia se estructuran en seis grandes bloques, orientados todos ellos a una aplicación en la praxis directiva estratégica sobre la distribución, la comercialización y las ventas.</p> <p>El primer bloque aborda, en clave profesional, los modelos avanzados de integración de las operativas de distribución, comercialización y ventas como variables en la planificación estratégica de Marketing.</p> <p>El segundo se dedica al análisis crítico de los nuevos modelos de la distribución comercial aplicada en un entorno multicanal y digital, en una expectativa de globalización completa del mercado.</p> <p>El tercer bloque analiza las características diferenciales de los modelos estratégicos de distribución del fabricante y del distribuidor: alternativas de relación y coordinación en un contexto directivo y profesional.</p> <p>El cuarto bloque se dedica a las metodologías más avanzadas para la evaluación de la potencialidad de las áreas comerciales y para la definición de las estrategias de localización comercial.</p> <p>El quinto bloque es el dedicado al estudio de las implicaciones generadas por las innovaciones tecnológicas y la globalización del mercado sobre los planteamientos clásicos de la logística integral de la empresa comercial.</p> <p>Finalmente, el sexto bloque desarrolla la aplicación profesional de los enfoques teóricos y los criterios prácticos para la toma de decisiones sobre surtido, precios, servicios y promoción de ventas, así como los relativos a la dirección y las estrategias de ventas e intermediación comercial, con el correspondiente estudio comparativo de los modelos de gestión comercial de ventas.</p>		
OBSERVACIONES		
<p>Los contenidos de esta materia han sido informados favorablemente por la Asociación de Marketing de España (MKT) a efectos de acreditar su adecuación con la especialización profesional y con el nivel MECES 3.</p>		
COMPETENCIAS		
CB-07 CG3		
CE-02 CE-03 CE-04 CE-07		
ACTIVIDADES FORMATIVAS		
Actividad	horas	% presencialidad
1. Clases teóricas	5	0
2. Clases prácticas	10	0
3. Foros	5	0
4. Trabajos individuales	130	0
METODOLOGIAS DOCENTES		
1. Videoconferencias		
2. <i>Workshops</i>		
3. Debates		
4. Conferencias		
5. Casos		

7. Ejercicios		
10. Tutorías		
SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
	Ponderación mínima	Ponderación máxima
1. Evaluación de contenidos teóricos	25	50
2. Evaluación de contenidos prácticos	25	50
3. Evaluación de los Foros y Tutorías	5	10
4. Evaluación de los Trabajos	25	50

DENOMINACIÓN MATERIA 06		
<i>Gestión de Clientes y Cuentas Clave y Nuevos Modelos de Organización Comercial</i>		
CARÁCTER		CRÉDITOS DE LA MATERIA
Obligatoria	6 créditos	
DESPLIEGUE TEMPORAL - Unidad temporal		
Cuatrimestre		
CRÉDITOS DE LA MATERIA EN CADA UNIDAD TEMPORAL		
Cuatrimestre 1	Cuatrimestre 2	
0	6	
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
Español		
ESPECIALIDAD		
NO		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>El alumnado en esta materia adquirirá los conocimientos y competencias que le permitan organizar la actividad comercial y de marketing de la empresa frente a los actuales y nuevos contextos de mercado. Conocerá que la importancia estratégica que ha adquirido el concepto de cliente ha obligado a las empresas a emprender las denominadas reingenierías comerciales. Frente a ello aparecen nuevas figuras, funciones y profesiones dentro del ámbito comercial que el profesional Comercial y de Marketing debe conocer a fondo como futuras posibilidades profesionales propias, éstas son: <i>Key Account Management, Clients Management, Trade Marketing Management, Equipos de Acción Comercial</i> y el <i>Claims Management</i>. De igual modo el alumnado aprenderá los factores que conforman el contexto de las relaciones entre proveedores y clientes y como éstos afectan las negociaciones comerciales sabiendo como planificarlas y llevarlas a cabo. Conocerá las estrategias, técnicas y herramientas de comunicación y relación con los clientes, sabiendo planificarlas y gestionarlas de la forma adecuada.</p>		
CONTENIDOS		
<p>En una breve descripción de dichos contenidos corresponde señalar como unidades basales las siguientes: el contexto actual de las relaciones entre proveedores y clientes; el contexto de las negociaciones comerciales entre proveedores y clientes; el planteamiento y planificación de las negociaciones; el desarrollo de las negociaciones entre proveedores y clientes; los nuevos modelos en las organizaciones comerciales; el personal de contacto con los clientes; el Key Account Management y las fuerzas de acción comercial; el Trade Marketing y el Category Management; el Clients Management; el Claims Management: las funciones y ventajas del Marketing Directo como sistema de marketing relacional; la planificación de acciones en marketing directo. El alumnado dispone como referente principal completo y actualizado en web de dichos contenidos el texto <i>Gestión de Clientes y Cuentas Clave y Nuevos Modelos de Organización Comercial</i> del profesor J.R. Robinat (Ed. CEF).</p>		
OBSERVACIONES		
<p>Los contenidos de esta materia han sido informados favorablemente por la Asociación de Marketing de España (MKT) a efectos de acreditar su adecuación con la especialización profesional y con el nivel MECES 3.</p>		
COMPETENCIAS		
CB-09 CG2		
CE-02 CE-05 CE-06 CE-08		
ACTIVIDADES FORMATIVAS		
Actividad	horas	% presencialidad
1. Clases teóricas	5	0
2. Clases prácticas	10	0
3. Foros	5	0
4. Trabajos individuales	105	0
5. Trabajos colectivos	25	0
METODOLOGIAS DOCENTES		
1. Videoconferencias		
2. <i>Workshops</i>		
3. Debates		

4. Conferencias			
5. Casos			
7. Ejercicios			
10. Tutorías			
SISTEMAS DE EVALUACIÓN		Ponderación mínima	Ponderación máxima
1. Evaluación de contenidos teóricos		25	50
2. Evaluación de contenidos prácticos		25	50
3. Evaluación de los Foros y Tutorías		5	20
4. Evaluación de los Trabajos		25	50

DENOMINACIÓN MATERIA 07	
<i>Marketing y Comercialización en Entornos Digitales</i>	
CARÁCTER	CRÉDITOS DE LA MATERIA
Obligatoria	6 créditos
DESPLIEGUE TEMPORAL - Unidad temporal	
Cuatrimestral	
CRÉDITOS DE LA MATERIA EN CADA UNIDAD TEMPORAL	
Cuatrimestre 1	Cuatrimestre 2
0	6
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE	
Español	
ESPECIALIDAD	
NO	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
<p>A través de esta materia el estudiante desarrollará los conocimientos esenciales sobre los principales métodos, herramientas y técnicas que existen (y se están ahora mismo investigando), en la aplicación de internet, telefonía móvil y otros canales digitales al desarrollo de las estrategias y políticas de marketing y comercialización, en los tiempos actuales. Además, adquirirá la capacidad para definir programas y campañas on-line, priorizándolas en funciones de argumentos objetivos: impactos, beneficios, costes, alcance,...</p>	
CONTENIDOS	
<p>Los contenidos de esta materia adoptan como referente académico los correspondientes al programa de postgrado en Marketing Digital impartido en Deusto Business School de la Universidad de Deusto, y se estructuran en tres grandes bloques, orientados todos ellos a una aplicación en la praxis directiva del Marketing Digital.</p> <p>El primero es el dedicado al eCommerce y en él se abordan las nuevas tendencias en los medios digitales y las estrategias de digitalización que las acompañan, los modelos de negocio y sus oportunidades, la metodología para la elaboración de un plan de Marketing Digital, el enfoque y las técnicas del Mobile Marketing, las singularidades de la planificación estratégica en el ámbito del eCommerce, con la inserción dinámica de soluciones tecnológicas y su optimización, el A/B testing, la fenomenología de la atención al cliente en el comercio digital, la potencialidad del eCommerce para la internacionalización de las empresas, y finalmente los contenidos propios de la analítica y medición web.</p> <p>El segundo bloque de contenidos de la materia es el dedicado al eBusiness y en él se aborda, en primera instancia, la metodología para el diseño y desarrollo de proyectos de negocio eBusiness, planteando con ello la usabilidad y experiencia de usuario, la capacidad de optimizar y medir el posicionamiento del web del negocio a través del Search Engine Optimization (SEO), de medir y optimizar –a través de Analítica Web– los procesos críticos, para llegar así a la Search Engine Marketing (SEM) y poder fundamentar una estrategia sobre ese recurso, con pleno conocimiento de sus opciones y elementos clave, que permita el desarrollo y la aplicación y las métricas de la Estrategia SEM.</p> <p>El segundo bloque de contenidos de la materia es el dedicado al eBranding y en él se desarrolla, en primer término, la definición de estrategias del Social Media Management, los elementos del Social Media Marketing (Facebook, Twitter, Blogs y nuevas redes), las metodologías del Social Media Analytics, las redes sociales aplicadas a la comunicación corporativa (ORM & Influencers), la dinámica de la gestión de crisis en las redes sociales y la defensa de la reputación de la marca, las dimensiones del Real Time Marketing, del Email Marketing, del Affiliate Marketing, de la Gamification, del Display, Video and Rich Media, las técnicas de generación de leads y la conversión en clientes (Inbound Marketing: Branded content), y finalmente se aborda la multicanalidad en el marco del eBranding.</p>	
OBSERVACIONES	
<p>Los contenidos de esta materia han sido informados favorablemente por la Asociación de Marketing de España (MKT) a efectos de acreditar su adecuación con la especialización profesional y con el nivel MECES 3.</p>	
COMPETENCIAS	
CB-07 CG2	
CE-01 CE-06 CE-08	

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad	horas	% presencialidad
1. Clases teóricas	5	0
2. Clases prácticas	10	0
3. Foros	5	0
4. Trabajos individuales	100	0
5. Trabajos colectivos	30	0

METODOLOGÍAS DOCENTES

1. Videoconferencias
2. <i>Workshops</i>
3. Debates
4. Conferencias
5. Casos
7. Ejercicios
10. Tutorías

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

	Ponderación mínima	Ponderación máxima
1. Evaluación de contenidos teóricos	25	50
2. Evaluación de contenidos prácticos	25	50
3. Evaluación de los Foros y Tutorías	5	20
4. Evaluación de los Trabajos	25	50

DENOMINACIÓN MATERIA 08
Prácticas externas
CARÁCTER

Prácticas externas

CRÉDITOS DE LA MATERIA

9 créditos

DESPLIEGUE TEMPORAL - Unidad temporal

Cuatrimestral

CRÉDITOS DE LA MATERIA EN CADA UNIDAD TEMPORAL

Cuatrimestre 1

0

Cuatrimestre 2

9

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

Español

ESPECIALIDAD

NO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimiento práctico de las funciones que realizan en el desarrollo profesional un director o alto ejecutivo en el ámbito de la gestión y dirección comercial y marketing.

CONTENIDOS

El programa de Prácticas tiene como contenido la realización de trabajos o estudios por parte de los alumnos, a partir de casos reales planteados por empresas y entidades públicas o privadas, a través de la plataforma *e-start* de la Fundación Universidad y Empresa, que permite la comunicación de todos los agentes implicados.

OBSERVACIONES

Los contenidos de esta materia han sido informados favorablemente por la Asociación de Marketing de España (MKT) a efectos de acreditar su adecuación con la especialización profesional y con el nivel MECES 3.

Las Prácticas externas del Máster se realizan al amparo del convenio del Centro con la Fundación Universidad-Empresa y siguiendo el modelo denominado e-Start, acreditado por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA). La adquisición de las competencias del título asociadas a esta materia se asegura a través de los protocolos de organización y seguimiento de las prácticas, que se inician con el proceso de formalización, por parte del Centro, de la solicitud de una plaza con unas características determinadas. Dicho proceso se termina con la validación, por parte del Centro (el profesor responsable de las prácticas en el título valida las propuestas de acuerdo a las competencias a adquirir, la duración, las tareas a realizar, lo interesante y avanzado de los trabajos a realizar, etc.), de las ofertas disponibles presentadas por la FUE (en las que se identifica ya la empresa o entidad y el tutor responsable), y la correspondiente asignación, si procede, al alumno solicitante. Las prácticas propuestas preceptivamente deben atender aspectos en sobre los que la empresa esté trabajando en ese momento o se proponga hacerlo de inmediato. Una vez hayan sido asignadas las prácticas, la FUE procede a dar de alta los proyectos validados y a los correspondientes alumnos usuarios en la plataforma e-Start, que reciben para ello un correo electrónico con las claves de acceso, la información sobre la práctica asignada y los pasos a seguir, debiendo aceptar los términos y condiciones del convenio específico de prácticas. El cronograma de los trabajos a realizar lo determina el profesor responsable de las prácticas

del título y el alumnado las realiza bajo la guía del tutor empresarial (a través de Foros, chats, subida avanzada de archivos correspondientes a trabajos solicitados por el tutor empresarial, cuestionarios y test, videos, teleconferencias, etc.). Una vez iniciadas las prácticas, todos los usuarios pueden comunicarse y trabajar a través de la plataforma, sin perjuicio de que concierten las reuniones o los eventos offline que consideren oportunos.

La **evaluación de las Prácticas externas** del alumnado se realizará a partir de los siguientes tres elementos:

1. *Memoria informativa de las actividades realizadas por el alumno durante las prácticas.* Se valora con un 25% de la calificación global de la materia. De acuerdo con la Normativa del Centro, dicha Memoria debe incorporar, entre otros aspectos, una descripción concreta y detallada de las tareas, trabajos desarrollados y departamentos de la entidad a los que ha estado asignado; una valoración de las tareas desarrolladas con los conocimientos y competencias adquiridos en relación con los estudios universitarios; una relación de los problemas planteados y el procedimiento seguido para su resolución; una identificación de las aportaciones que, en materia de aprendizaje, han supuesto las prácticas; y una evaluación de las prácticas y sugerencias de mejora.

2. *Informe del Tutor de prácticas de la empresa.* Se valora con un 60% de la calificación global de la materia. De acuerdo con la Normativa del Centro, dicho informe debe calificar del 1 al 10 los siguientes aspectos de las prácticas realizadas por el alumnado: Capacidad técnica, Capacidad de aprendizaje, Habilidades de comunicación oral y escrita (en el caso de estudiantes con discapacidad que tengan dificultades en la expresión oral, deberá indicarse el grado de autonomía para esta habilidad y si requiere de algún tipo de recurso técnico y/o humano para la misma), Sentido de la responsabilidad, Facilidad de adaptación, Creatividad e iniciativa, Implicación personal, Motivación, Receptividad a las críticas, Puntualidad, Relaciones con su entorno laboral, Capacidad de trabajo en equipo, y cualquier otro aspecto que se considere oportuno o relevante.

3. *Informe del profesorado responsable de prácticas del título.* Se valora con un 15% de la calificación global de la materia. De acuerdo con la Normativa del Centro, dicho Informe deberá valorar, entre otros aspectos, la contribución efectiva de las prácticas realizadas por el alumnado en la adquisición de las competencias previstas.

COMPETENCIAS

CB-07 CB-08 Cg1

CE-03 CE-07

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad	horas	% presencialidad
6. Prácticas	225	5

METODOLOGÍAS DOCENTES

1. Videoconferencias

9. Memorias

10. Tutorías

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Evaluación de las prácticas	Ponderación mínima	Ponderación máxima
	100	100

DENOMINACIÓN MATERIA 09

Trabajo Fin de Máster

CARÁCTER

Trabajo de Fin de Máster

CRÉDITOS DE LA MATERIA

9 créditos

DESPLIEGUE TEMPORAL - Unidad temporal

Cuatrimestral

CRÉDITOS DE LA MATERIA EN CADA UNIDAD TEMPORAL

Cuatrimestre 1

0

Cuatrimestre 2

9

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

Español

ESPECIALIDAD

NO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Planificar, diseñar y realizar un proyecto donde se demuestre las competencias y aptitudes adquiridas a lo largo del Máster y donde, además, se integren los conocimientos adquiridos a lo largo de Máster.

Capacidad para desarrollar enfoques y perspectivas originales e innovadoras en el campo del marketing y nuevos mercados.

Capacidad para comunicar las conclusiones de un trabajo avanzado a diferentes públicos.

CONTENIDOS

El Trabajo de Fin de Máster consistirá en la presentación oral de una Memoria escrita sobre un tema vinculado a las áreas del

Máster. Esta asignatura tiene, por tanto, como objetivo que el alumno pueda desarrollar la planificación, realización, presentación y defensa de un trabajo en el que se manifiesten los objetivos, conocimientos, competencias y aptitudes adquiridos a lo largo del Máster.

Asimismo, supone que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios razonados, sabiendo comunicar sus conclusiones a públicos especializados y no especializados de un modo claro y conciso.

Finalmente, que los alumnos puedan aplicar en la práctica y en conjunto los conocimientos y competencias adquiridos a lo largo del Máster, iniciándose en la actividad investigadora práctica, mediante la elaboración y defensa de trabajos originales sobre cuestiones de actualidad en dirección comercial y marketing.

De acuerdo con la Normativa de Trabajos Fin de Máster del Centro, el TFM será evaluado cuando el estudiante haya superado todas las materias del Plan de Estudios.

La defensa del TFM será realizada por el estudiante mediante exposición de su objetivo, metodología, contenido y resultados, durante un tiempo máximo de treinta minutos, y posteriormente contestará a las preguntas y aclaraciones de los miembros del Tribunal.

Los miembros del Tribunal **calificarán el TFM** asignando una puntuación de 0 a 10 a los siguientes elementos:

- a) Identificación y conceptualización del objeto de estudio del TFM.
- b) Acreditación de la originalidad de TFM y/o de sus aportaciones.
- c) Uso correcto del registro científico del lenguaje en las exposiciones, definiciones, argumentaciones y conclusiones.
- d) Uso completo y sistemático de la documentación y de las fuentes de información.
- e) Factura ordenada y clara de los contenidos textuales y gráficos del TFM.
- f) Otros elementos específicos a valorar (p.e.: creatividad, continuidad de la investigación, vinculación a los objetivos, competencias y resultados de aprendizaje del programa, etc.).

La calificación final del TFM será el resultado de aplicar la media aritmética de las puntuaciones de cada miembro del Tribunal y se expresará numéricamente de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que se añadirá su correspondiente calificación cualitativa:

- a) 0 – 4,9: Suspenso (SU)
- b) 5,0 – 6,9: Aprobado (AP)
- c) 7,0 – 8,9: Notable (NT)
- d) 9,0 – 10: Sobresaliente (SB)

OBSERVACIONES

Los contenidos de esta materia han sido informados favorablemente por la Asociación de Marketing de España (MKT) a efectos de acreditar su adecuación con la especialización profesional y con el nivel MECES 3.

COMPETENCIAS

CB-06 CB7, CB-08 CB-09 CG3

CE-01 CE-05 CE-07

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad	horas	% presencialidad
4. Trabajos individuales	225	5

METODOLOGÍAS DOCENTES

1. Videoconferencias
8. Trabajos
10. Tutorías

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Sistema de Evaluación de Trabajos Fin de Estudios	100	100

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1. PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS NECESARIOS Y DISPONIBLES PARA LLEVAR A CABO EL PLAN DE ESTUDIOS.

PERSONAL ACADÉMICO

A. Información general

La ordenación general de la estructura, derechos y deberes, régimen sancionador, categorías, retribuciones y situaciones laborales, del personal del Centro se conforma a partir de lo dispuesto en el *VI Convenio Colectivo Nacional de universidades privadas, centros universitarios privados y centros de formación de postgraduados*.

De acuerdo con el Convenio adoptado, las categorías profesionales del personal docente de Cela Open Institute son las siguientes:

- a) Dirección: profesorado con el grado de doctor y evaluación positiva de una agencia de calidad externa, que ejerce funciones directivas sobre su área de conocimiento científico.
- b) Agregaduría: profesorado con el grado de doctor y evaluación positiva de una agencia de calidad externa, que ejerce funciones docentes que corresponden a su área de conocimiento científico y desarrolla funciones ordinarias de gestión académica.
- c) Adjuntía: profesorado con el grado de doctor y sin evaluación positiva de una agencia de calidad externa, que ejerce funciones docentes que corresponden a su área de conocimiento científico bajo la dirección de un profesor coordinador de dicha área.
- d) Asociaduría: profesorado no doctorado, graduado, licenciado, ingeniero o arquitecto, que colabora en los trabajos académicos de un área de conocimiento y puede asumir la docencia total o parcial de una asignatura.
- e) Ayudantía: colaborador docente no doctorado, graduado, licenciado, ingeniero o arquitecto, que bajo la supervisión de un profesor responsable de un programa ejerce funciones tutoriales sobre grupos de alumnos matriculados.

La gestión de los procesos vinculados al personal docente e investigador del Centro se realiza de acuerdo con el Sistema de Garantía Interna de la Calidad, donde se especifican los procedimientos básicos de acceso, formación, promoción y reconocimiento que han de regir la gestión del personal académico.

De acuerdo con el Sistema de Garantía Interna de la Calidad, el personal académico del Centro debe ser periódicamente evaluado de su actividad docente, de investigación y de extensión universitaria, así como de participación en la gestión del Centro, con metodologías objetivas y criterios públicos. Los informes sobre la calidad de la docencia se comunican a las personas interesadas y se incorporan a su expediente a efectos de promoción de categoría.

B. Cuadro resumen del Personal Docente del Máster

Prof. Ms	Área Con.	Dr / Lc	Ev. Acr.	Cat. Acad.	Jor. Cent.	Ded. Ms	ECTS Ms	Exp. Doc.	Exp. Prof.	Exp. Inv.	
01	650	DR	SI	DR	TC	50%	6	22	28	21	
02	740	DR	SI	AG	TC	50%	6	18	26	18	
03	650	DR	NO	AD	TC	50%	6	14	33	7	
04	775	DR	SI	AG	TC	100%	6	15	22	18	
05	095	DR	SI	AG	TP	100%	6	11	12	11	
06	095	DR	NO	AD	TP	100%	6	15	17	4	
07	095	DR	NO	AD	TP	100%	9	13	22	7	
08	650	LC	NO	AS	TC	100%	9	9	30	8	
09	650	DR	SI	AG	TC	50%	9	19	12	25	
							60				

C. Descripción de los parámetros del Personal docente del Máster

	Categoría	Total%	Doctores %	Horas %
UCJC	Adjunto	5	100	55
UCJC	Agregado	3	100	30
UCJC	Asociado	1	0	15

Ratio Profesor / Alumno	Núm.	Alumnado	Ratio	Mín. legal	
Profesorado del Programa	9	90	1 / 10	1 / 50	
Titulación del Profesorado			Número	% del total	
Doctorado (<i>mínimo legal: 50% del total del profesorado</i>)			8	89%	
Licenciado o equivalente			1	11%	
<i>Totales:</i>			9	100,0 %	
Categorías del Profesorado	Núm.	% Doctores	ECTS	% ECTS	
<i>Profesor Director</i>	1	100%	6	10,0%	
<i>Profesor Agregado</i>	4	100%	27	45,0%	
<i>Profesor Adjunto</i>	3	100%	18	30,0%	
<i>Profesor Asociado</i>	1	0,0%	9	15,0%	
<i>Totales:</i>		9	60	100,0 %	
Evaluación del Profesorado Doctor			Número	% Docs.	
Doctores con evaluación acreditada (<i>mínimo legal: 60%</i>)			5	62,5%	
Doctores con evaluación no acreditada			3	37,5%	
<i>Totales:</i>			8	100,0 %	
Docencia del Profesorado Doctor			Número	% del total	
ECTS impartidos por profesorado doctorado			51	85,0%	
ECTS impartidos por profesorado no doctorado			9	15,0%	
<i>Totales:</i>			60	100,0 %	
Dedicación del Profesorado		Núm.	% total	100% al M.U	%
Jornada completa (<i>mínimo legal: 60%</i>)		6	66,7%	3	50,0%
Jornada parcial		3	33,3%	3	100,0%
<i>Totales:</i>		9	100,0 %		
Experiencia del profesorado			Docente	Profesional	Investigadora
Sin experiencia			0	0	0
Menos de 5 años			0	0	1
Entre 5 y 10 años			1	0	3
Entre 10 y 15 años			3	2	1
Entre 15 y 20 años			4	1	2
Más de 20 años			1	6	2
<i>Totales:</i>			9	9	9

D. Prácticas externas

El profesor titular de la plaza 08 es un docente a tiempo completo y dedicación exclusiva al Máster. Tiene como único y exclusivo encargo docente el seguimiento del desarrollo de las Prácticas Externas del alumnado del Máster, sin ninguna otra responsabilidad sobre otras materias o sobre el TFM.

A diferencia de los modelos tradicionales de gestión de prácticas externas, en este caso el profesor responsable no se ve obligado a desarrollar acciones de seguimiento y coordinación con una multiplicidad de agentes –que sería ingente para 90 alumnos–, pues la interlocución única con el enlace correspondiente de la Fundación Universidad-Empresa (FUE) para el programa lo hace innecesario. El profesorado de prácticas externas valida la oferta presentada por FUE para su programa, la traslada al alumnado y posteriormente comprueba que todos han procedido a elegir su destino. Tras ello corresponde resolver la asignación y comunicarla. En este proceso el profesorado de prácticas dispone del apoyo técnico de una persona de la Unidad de Gestión Académica especializada en el tema que asume la gestión.

Una vez ultimado el proceso de asignación, el profesorado de prácticas externas se responsabiliza de comprobar la efectiva realización de dichas prácticas por parte del alumnado. Dicho seguimiento se realiza a través de un aplicativo especial de la plataforma del Centro que registra las fases del proceso (inicio de las prácticas, incidencias, solicitudes, inicio de la memoria, notificaciones, etc.) durante el período previsto para ello. En la ejecución de este proceso, el profesorado responsable de prácticas externas cuenta también con el apoyo del especialista de la Unidad de Gestión Académica, que interactúa en la transmisión de informaciones generales y de comunicaciones particulares con el alumnado.

Finalmente, corresponde al profesorado responsable de prácticas externas valorar la adquisición real de las competencias previstas para la materia a partir de los elementos preceptivos (memoria del alumnado e informe del tutor FUE) y asumir el proceso previsto de evaluación y calificación, con sus correspondientes revisiones y recursos.

Para esta labor, el modelo de asignación de cargas académicas del Centro destina un total de 12 horas de profesor responsable por alumno y curso del programa, lo que comporta, en el caso de un programa con 90 plazas, una dedicación total de profesorado de 1.080 horas (el 64% de las 1.684 horas anuales que corresponden a la dedicación completa). Complementariamente, el modelo asigna un total de 3 horas por alumno y curso al personal de apoyo técnico de la Unidad de Gestión Académica.

E. Trabajo Fin de Máster

El profesor titular de la plaza 09 es un docente a tiempo completo y dedicación exclusiva al Máster. Tiene como único y exclusivo encargo docente la organización del proceso general para la realización de los TFM por parte del alumnado en las condiciones y períodos establecidos, sin ninguna otra responsabilidad sobre otras materias o sobre las Prácticas Externas.

Su labor como responsable de TFM consiste, en primer término, en preparar la oferta de opciones temáticas asegurando la disponibilidad de tutores especializados para cada una de ellas. En segundo lugar debe gestionar la asignación de TFM a todos y cada uno de los alumnos del Máster, resolviendo todas las incidencias que pueda plantear el proceso.

De acuerdo con la Norma 07/2016, de 2 de enero, reguladora del proceso de elaboración y evaluación de los Trabajos Fin de Estudios (TFE) del Centro (art. 4), una vez formalizada la matriculación, el alumnado debe solicitar la inscripción de un TFE en un plazo máximo de un mes y el profesorado responsable de la materia de TFE resolverla en un plazo máximo de diez días en función de los criterios siguientes:

- a) Vinculación del tema a los estudios.
- b) Acreditación de su originalidad.
- c) Disponibilidad de fuentes.
- d) Disponibilidad de referentes teóricos.
- e) Disponibilidad de referentes metodológicos.
- f) Capacidad de demostrar la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos para el TFE en el Plan de Estudios.
- g) Capacidad de demostrar la adquisición de las competencias previstas asignadas al TFE en el Plan de Estudios.
- h) Viabilidad de la carga de trabajo comprometida en relación al número de horas correspondientes a los ECTS asignados al TFE en el Plan de Estudios.

En la resolución de la solicitud el profesorado responsable del TFE podrá indicar modificaciones a la propuesta con objeto de facilitar el cumplimiento de los criterios académicos establecidos.

Paralelamente, y siguiendo con la misma Norma (art. 5), la Dirección de cada Programa implantado en el Centro resuelve anualmente la relación de personal docente, con titulación igual o superior a los estudios, que puede asumir la dirección académica de TFE, indicando su número mínimo y máximo según cada caso (en función de su dedicación laboral o de su participación en otros programas del Centro).

Una vez publicada la relación, el profesorado responsable del TFE propone a la Dirección del Programa la asignación de las direcciones académicas entre dicho personal, atendiendo a su ámbito de especialización o a su metodología, así como a su disponibilidad.

La Dirección del Programa valida la propuesta y procede a emitir la correspondiente resolución de nombramiento, que se comunica a través del profesorado responsable del TFE electrónicamente al alumno y por escrito al director del TFE.

La asignación de Dirección académica de TFE debe completarse en el plazo máximo de un mes a partir de la aprobación de la solicitud de registro del alumnado.

El modelo de asignación de cargas académicas del Centro asigna a la Dirección académica de un TFE total de 15 horas por alumno y curso del programa, siendo 12 el número máximo de asignaciones para el profesorado a tiempo completo (180 horas). En el caso del profesorado a tiempo parcial, el máximo viene determinado por la dedicación de su contrato y la consiguiente disponibilidad.

F. Descripción del Personal docente del Máster

PROFESOR/A DEL MÁSTER	01
Incorporación a la Plantilla Académica del Centro. Año	2014
Nivel académico: Doctorado / Licenciado-Graduado (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Doctorado
Acreditación externa: Positiva / Pendiente (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Positiva
Categoría académica en el Centro (art. 9 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Director
Jornada: Completa / Parcial (art. 18 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Completa
Categoría funcional en el Centro (art. 10 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Docente
Experiencia profesional no universitaria: ámbito profesional	Economista
Experiencia profesional no universitaria: años	28
Área de conocimiento científico: código (www.mecd.gob.es)	Organización de empresas: 650
Perfil de especialización (principal)	Dirección Comercial
Encargo docente en el Máster: materia/s	<i>Proceso de Planificación Comercial y Marketing en las Organizaciones</i> (6 ECTS)
Dedicación al Máster (%)	50%
Encargo docente en otros programas del Centro (SI / NO)	SI
Experiencia docente universitaria: número de cursos	22
Experiencia docente universitaria: estudios oficiales	Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas
Experiencia docente universitaria: materias	Dirección Comercial Economía de la Empresa
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: años	10
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: acreditación	Certificación UOLS
Experiencia investigadora: años	21
Experiencia investigadora: línea de investigación principal	Comercialización de productos financieros
Experiencia investigadora: trabajos de investigación	11
Experiencia investigadora: Otras	11 papers, 2 libros, 7 artículos

PROFESOR/A DEL MÁSTER	02
Incorporación a la Plantilla Académica del Centro. Año	2014
Nivel académico: Doctorado / Licenciado-Graduado (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Doctorado
Acreditación externa: Positiva / Pendiente (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Positiva
Categoría académica en el Centro (art. 9 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Agregaduría
Jornada: Completa / Parcial (art. 18 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Completa
Categoría funcional en el Centro (art. 10 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Director de Estudios de Máster
Experiencia profesional no universitaria: ámbito profesional	Consultoría
Experiencia profesional no universitaria: años	26
Área de conocimiento científico: código (www.mecd.gob.es)	Psicología Social: 740
Perfil de especialización (principal)	Teoría y técnicas de la Negociación
Encargo docente en el Máster: materia/s	<i>Habilidades y Competencias Directivas para Profesionales del Marketing (6 ECTS)</i>
Dedicación al Máster (%)	50%
Encargo docente en otros programas del Centro (SI / NO)	SI
Experiencia docente universitaria: número de cursos	18
Experiencia docente universitaria: estudios oficiales	Ciencias del Trabajo, Relaciones Laborales, Derecho, Ciencias Políticas
Experiencia docente universitaria: materias	Derecho, Habilidades directivas, Ciencia política, Sociología
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: años	4
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: acreditación	Certificación UOLS
Experiencia investigadora: años	18
Experiencia investigadora: línea de investigación principal	Gestión de conflictos en las organizaciones
Experiencia investigadora: trabajos de investigación	10
Experiencia investigadora: Otras	Corporaciones locales y Administraciones públicas

PROFESOR/A DEL MÁSTER	03
Incorporación a la Plantilla Académica del Centro. Año	2014
Nivel académico: Doctorado / Licenciado-Graduado (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Doctorado
Acreditación externa: Positiva / Pendiente (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	En trámite
Categoría académica en el Centro (art. 9 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Adjuntía
Jornada: Completa / Parcial (art. 18 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Completa
Categoría funcional en el Centro (art. 10 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Coordinador
Experiencia profesional no universitaria: ámbito profesional	Economista, Abogado, Auditor, Gestor Administrativo
Experiencia profesional no universitaria: años	33
Área de conocimiento científico: código (www.mecd.gob.es)	Organización de empresas: 650
Perfil de especialización (principal)	Gestión de servicios profesionales
Encargo docente en el Máster: materia/s	<i>Estrategias de Marketing y Operativas de Productos y Precios</i> (6 ECTS)
Dedicación al Máster (%)	50%
Encargo docente en otros programas del Centro (SI / NO)	SI
Experiencia docente universitaria: número de cursos	14
Experiencia docente universitaria: estudios oficiales	Licenciatura en ADE y Derecho; Diplomatura CC. Empresariales
Experiencia docente universitaria: materias	Economía de la empresa; Organización de empresas.
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: años	4
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: acreditación	Certificación UOLS
Experiencia investigadora: años	7
Experiencia investigadora: línea de investigación principal	Gestión de servicios profesionales a las Pymes
Experiencia investigadora: trabajos de investigación	Gestión servicios universitarios
Experiencia investigadora: Otras	Marketing de servicios profesionales

PROFESOR/A DEL MÁSTER	04
Incorporación a la Plantilla Académica del Centro. Año	2014
Nivel académico: Doctorado / Licenciado-Graduado (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Doctorado
Acreditación externa: Positiva / Pendiente (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Positiva
Categoría académica en el Centro (art. 9 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Agredaduría
Jornada: Completa / Parcial (art. 18 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Completa
Categoría funcional en el Centro (art. 10 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Director de Estudios de Máster
Experiencia profesional no universitaria: ámbito profesional	Investigación de mercados
Experiencia profesional no universitaria: años	22
Área de conocimiento científico: código (www.mecd.gob.es)	Sociología: 775
Perfil de especialización (principal)	Investigación de Mercados
Encargo docente en el Máster: materia/s	<i>Investigación de Mercados, Gestión de la Información y Toma de Decisiones (6 ECTS)</i>
Dedicación al Máster (%)	100%
Encargo docente en otros programas del Centro (SI / NO)	NO
Experiencia docente universitaria: número de cursos	15
Experiencia docente universitaria: estudios oficiales	Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo, Gestión y Administración Pública, Ciencias Políticas y Sociología
Experiencia docente universitaria: materias	Técnicas de Investigación Social, Metodología de las Ciencias Sociales
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: años	4
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: acreditación	Certificación UOLS
Experiencia investigadora: años	18
Experiencia investigadora: línea de investigación principal	Comportamiento del Consumidor
Experiencia investigadora: trabajos de investigación	3 monografías especializadas y 8 artículos y colaboraciones en obras colectivas
Experiencia investigadora: Otras	Director de investigación de ISEGS

PROFESOR/A DEL MÁSTER	05
Incorporación a la Plantilla Académica del Centro. Año	2014
Nivel académico: Doctorado / Licenciado-Graduado (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Doctorado
Acreditación externa: Positiva / Pendiente (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Positiva
Categoría académica en el Centro (art. 9 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Agregaduría
Jornada: Completa / Parcial (art. 18 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Parcial
Categoría funcional en el Centro (art. 10 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Docente
Experiencia profesional no universitaria: ámbito profesional	Consultoría y formación
Experiencia profesional no universitaria: años	12
Área de conocimiento científico: código (www.mecd.gob.es)	Comercialización e Investigación de Mercados: 095
Perfil de especialización (principal)	Marketing relacional
Encargo docente en el Máster: materia/s	<i>Estrategias de Marketing y Operativas de Distribución, Comercialización y Ventas (6 ECTS)</i>
Dedicación al Máster (%)	100 %
Encargo docente en otros programas del Centro (SI / NO)	NO
Experiencia docente universitaria: número de cursos	11
Experiencia docente universitaria: estudios oficiales	ADE, Dirección y Creación de Empresas, Derecho, Economía, Marketing
Experiencia docente universitaria: materias	Dirección Comercial, Marketing, Distribución, Logística, Investigación comercial, Publicidad y Promoción, Técnicas y gestión de ventas,
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: años	5
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: acreditación	Certificación UOLS
Experiencia investigadora: años	11
Experiencia investigadora: línea de investigación principal	Marketing relacional
Experiencia investigadora: trabajos de investigación	3 ponencias a congresos, 5 artículos, 10 libros como coautor, 1 participación en obra colectiva internacional, 2 participaciones en obras colectivas
Experiencia investigadora: Otras	Grupo EA 1195 Université de Nice Sophia Antipolis CRIFP.

PROFESOR/A DEL MÁSTER	06
Incorporación a la Plantilla Académica del Centro. Año	2014
Nivel académico: Doctorado / Licenciado-Graduado (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Doctorado
Acreditación externa: Positiva / Pendiente (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	En trámite
Categoría académica en el Centro (art. 9 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Profesor
Jornada: Completa / Parcial (art. 18 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Parcial
Categoría funcional en el Centro (art. 10 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Docente
Experiencia profesional no universitaria: ámbito profesional	Consultora en Estrategias de Marketing Integrado
Experiencia profesional no universitaria: años	17
Área de conocimiento científico: código (www.mecd.gob.es)	Comercialización e Investigación de Mercados: 095
Perfil de especialización (principal)	Dirección Comercial y de Marketing
Encargo docente en el Máster: materia/s	<i>Gestión de Clientes y Cuentas Clave y Nuevos Modelos de Organización Comercial</i> (6 ECTS)
Dedicación al Máster (%)	100 %
Encargo docente en otros programas del Centro (SI / NO)	NO
Experiencia docente universitaria: número de cursos	15
Experiencia docente universitaria: estudios oficiales	Grado en Marketing
Experiencia docente universitaria: materias	Análisis web y RRSS, Métricas, Dirección Estratégica de Mkg, Gestión Comercial y de Mkg, Planificación estratégica de Mkg y comunicación. Plan de Mkg
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: años	5
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: acreditación	Certificación UOLS
Experiencia investigadora: años	4
Experiencia investigadora: línea de investigación principal	Artículos científicos, Manuales y publicaciones en revistas de sector MK y Publicidad.
Experiencia investigadora: trabajos de investigación	Marketing estratégico y operativo & Comportamiento del Consumidor
Experiencia investigadora: Otras	Grupos de Investigación: Universidad de Valladolid, UCM, UFV, ESIC y Nebrija.

PROFESOR/A DEL MÁSTER	07
Incorporación a la Plantilla Académica del Centro. Año	2014
Nivel académico: Doctorado / Licenciado-Graduado (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Doctorado
Acreditación externa: Positiva / Pendiente (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Pendiente
Categoría académica en el Centro (art. 9 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Adjuntía
Jornada: Completa / Parcial (art. 18 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Parcial
Categoría funcional en el Centro (art. 10 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Docente
Experiencia profesional no universitaria: ámbito profesional	Dirección Comercial y de Marketing, Publicidad, Consultoría estratégica
Experiencia profesional no universitaria: años	22
Área de conocimiento científico: código (www.mecd.gob.es)	Comercialización e Investigación de Mercados: 095
Perfil de especialización (principal)	Marketing y publicidad estratégica
Encargo docente en el Máster: materia/s	<i>Marketing y Comercialización en Entornos Digitales (6 ECTS)</i>
Dedicación al Máster (%)	100 %
Encargo docente en otros programas del Centro (SI / NO)	NO
Experiencia docente universitaria: número de cursos	13
Experiencia docente universitaria: estudios oficiales	Marketing Estratégico, <i>Strategic Advertising, Marketing Research, Sales Management,</i>
Experiencia docente universitaria: materias	Publicidad, Investigación y Comercialización, Mercados Internacionales, Comunicación corporativa e internacional.
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: años	4
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: acreditación	Certificación UOLS
Experiencia investigadora: años	7
Experiencia investigadora: línea de investigación principal	Carácter estratégico del marketing, publicidad y RSC
Experiencia investigadora: trabajos de investigación	1 tesis doctoral, 1 tesina (DEA) y 3 colaboraciones en
Experiencia investigadora: Otras	Estudio paneuropeo comportamiento consumidor (1999-2003), y sobre hábitos <i>consumo "a day in the life of..."</i> . Director del área de estudios y análisis estratégico de mercados internacionales.

PROFESOR/A DEL MÁSTER	08
Incorporación a la Plantilla Académica del Centro. Año	2014
Nivel académico: Doctorado / Licenciado-Graduado (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Diplomado / Máster oficial Universitario
Acreditación externa: Positiva / Pendiente (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	En trámite
Categoría académica en el Centro (art. 9 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Adjuntía
Jornada: Completa / Parcial (art. 18 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Completa
Categoría funcional en el Centro (art. 10 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Secretario del Centro
Experiencia profesional no universitaria: ámbito profesional	Documentalista y <i>Project Management</i>
Experiencia profesional no universitaria: años	30
Área de conocimiento científico: código (www.mecd.gob.es)	Organización de Empresas: 650
Perfil de especialización (principal)	Planificación de proyectos de comunicación
Encargo docente en el Máster: materia/s	<i>Prácticas Externas</i> (9 ECTS)
Dedicación al Máster (%)	50%
Encargo docente en otros programas del Centro (SI / NO)	SI
Experiencia docente universitaria: número de cursos	9
Experiencia docente universitaria: estudios oficiales	Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas
Experiencia docente universitaria: materias	Sistemas y Procesos de la Publicidad, Planificación y Medios publicitarios
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: años	5
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: acreditación	Certificación UOLS
Experiencia investigadora: años	8
Experiencia investigadora: línea de investigación principal	Publicidad de proyectos <i>non profit</i>
Experiencia investigadora: trabajos de investigación	2 libros, 3 artículos, 11 seminarios, 4 congresos
Experiencia investigadora: Otras	Grupo de investigación en documentalismo digital ISGAC

PROFESOR/A DEL MÁSTER	09
Incorporación a la Plantilla Académica del Centro. Año	2014
Nivel académico: Doctorado / Licenciado-Graduado (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Doctorado
Acreditación externa: Positiva / Pendiente (art. 72.2 de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril)	Positiva
Categoría académica en el Centro (art. 9 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Agregaduría
Jornada: Completa / Parcial (art. 18 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Completa
Categoría funcional en el Centro (art. 10 del VI Convenio Colectivo Nacional)	Profesor Agregado
Experiencia profesional no universitaria: ámbito profesional	Consultor Técnico
Experiencia profesional no universitaria: años	12
Área de conocimiento científico: código (www.mecd.gob.es)	650 / 555 / 790
Perfil de especialización (principal)	Organización de Empresas: 650
Encargo docente en el Máster: materia/s	<i>Trabajo Fin de Máster</i> (9 ECTS)
Dedicación al Máster (%)	50%
Encargo docente en otros programas del Centro (SI / NO)	SI
Experiencia docente universitaria: número de cursos	19
Experiencia docente universitaria: estudios oficiales	Administración y Dirección de Empresas; Transporte y Logística; Ciencias Sociales y Económicas; Ingeniería Industrial
Experiencia docente universitaria: materias	Dirección de Operaciones; Comercio Exterior; Análisis de Inversiones; Valoración de Proyectos; Proyectos; Project management;
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: años	8
Experiencia docente universitaria en modalidad no presencial: acreditación	Certificación UOLS
Experiencia investigadora: años	25
Experiencia investigadora: línea de investigación principal	Logística de Producción
Experiencia investigadora: trabajos de investigación	11 Libros; 6 Capítulos de libro; 34 Artículos; 5 Patentes; 45 Congresos; 6 Tesis doctorales dirigidas
Experiencia investigadora: Otras	29 proyectos de investigación; 26 contratos de investigación; estancia en la Universidad de Cambridge.

6.2. OTROS RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES

A. Información general

El Personal de Administración y Servicios constituye el grupo de la plantilla general de personal dedicado a las funciones de gestión, ejecución, apoyo y asistencia para la prestación de los servicios propios del Centro, sin perjuicio de eventuales colaboraciones en la docencia y la investigación en virtud de su nivel de titulación, capacidad y especialización.

La ordenación general de la estructura, derechos y deberes, régimen sancionador, categorías, retribuciones y situaciones laborales, del personal de Administración y Servicios del Centro se conforma a partir de lo dispuesto en el *VI Convenio Colectivo Nacional de universidades privadas, centros universitarios privados y centros de formación de postgraduados*.

De acuerdo con el Convenio adoptado, las categorías profesionales del personal de Administración y Servicios de COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) son las siguientes:

- a) Subgrupo 1. Personal Titulado: que puede ser de Grado Superior o Medio.
- b) Subgrupo 2. Personal Investigador: que puede ser Investigador principal o Ayudante de investigación.
- c) Subgrupo 3. Personal Asistencial y Administrativo: que puede ser Oficial de primera o de segunda, técnico informático u operador informático.
- d) Subgrupo 4. Personal Diverso: que puede ser empleado de Biblioteca, de servicios generales o auxiliar.

El régimen de dedicación laboral del Personal de Administración y Servicios se establece de acuerdo con las tipologías del Convenio y queda reflejado anualmente en la descripción de cada puesto de trabajo de la plantilla, junto con el horario y el órgano de destinación.

B. Descripción del PAS vinculado al Máster

En la adscripción de personal de administración y servicios a cada uno de los estudios implantados, el Centro aplica la misma ratio máxima que la establecida para el personal docente por el Real Decreto 557/1991 (1/25).

El Centro dispone de una persona dedicada a tiempo completo al Máster, ejerciendo las funciones de secretaría de la Dirección del Programa y de la Comisión de Seguimiento. Otras cinco personas de la plantilla de personal y administración y servicios tienen también una dedicación, de carácter parcial, directamente vinculada al Máster.

N.	Puesto de trabajo	Subgrupo	Incorporación a COI	Dedicación al Máster
1	Gerente	1	2014	Parcial
2	Técnico informático	3	2014	Parcial
3	Oficial 1ª Administrativo	3	2015	Completa
4	Auxiliar Administrativo	4	2014	Parcial
5	Documentalista	4	2015	Parcial
6	Operador informático	3	2014	Parcial

A estas personas cabe añadir las personas vinculadas a los servicios universitarios del Centro, cuya transversalidad permite asignar una dedicación proporcional a cada una de las plazas ofrecidas en cada uno de los estudios implantados.

C. Mecanismos de que se dispone para asegurar la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad

El Centro dispone de una Comisión de Apoyo para la Igualdad de Oportunidades cuyos objetivos constitutivos son el desarrollo efectivo de la igualdad de género y la mejora de accesibilidad y la superación de la dependencia.

El primero de esos objetivos vincula a la Comisión a impulsar iniciativas dirigidas a:

- Promover y fomentar actuaciones que contribuyan a construir una cultura más equitativa, libre y solidaria entre hombres y mujeres, con una participación equilibrada entre los dos géneros.
- Sensibilizar a los diversos colectivos implicados en la educación para que identifiquen y modifiquen actitudes y conductas sexistas.
- Potenciar la formación de las mujeres como vehículo de su promoción profesional y personal.
- Promover estudios e investigaciones que contemplen la perspectiva de género en su planteamiento y desarrollo.
- El segundo de esos objetivos vincula a la Comisión a impulsar iniciativas dirigidas a:
- Facilitar a las personas el acceso de forma autónoma a cualquier entorno, sea arquitectónico, tecnológico o de conocimiento.
- Facilitar la integración en el ámbito laboral.

En cuanto a la contratación de personal docente y no docente atendiendo a los criterios de igualdad entre hombres y mujeres que promueve la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, en el Centro de Educación Superior COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC), cabe señalar que el número de mujeres contratadas supera al de hombres en ambas tipologías funcionales.

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

7.1 JUSTIFICACIÓN DE LA ADECUACIÓN DE LOS MEDIOS MATERIALES Y SERVICIOS DISPONIBLES

COI (Cela Open Institute, Centro Adscrito de la Universidad Camilo José Cela) y la FUE (Fundación Universidad-Empresa) han firmado un convenio para la implementación para dar soporte a la realización, por parte de los estudiantes, de las prácticas externas (se incluye el mismo al final de esta sección).

Puesto que el Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing se impartirá de forma no presencial se incluye aquí la descripción de los recursos materiales y servicios que COI pondrá a disposición de los estudiantes de este Máster.

A. MEDIOS MATERIALES

Infraestructuras

De acuerdo con su Reglamento de Régimen Interior (art. 4), la sede de Cela Open Institute se halla en la Villa de Madrid, si bien su radicación en esta ciudad no excluye que pueda extender sus actividades a otros ámbitos territoriales, como corresponde de forma inherente a toda institución universitaria.

La sede del centro se ubica en el Palacio del Príncipe de Anglona, situado en el llamado “Madrid de los Austrias”, y se encuentra perfectamente adaptada a las necesidades de personas con discapacidad y cuenta con grandes facilidades para su comunicación y acceso viario, además de contar con todos los servicios y espacios requeridos al efecto (aseos, salas de reunión, despachos, espacio de atención al público, etc.).

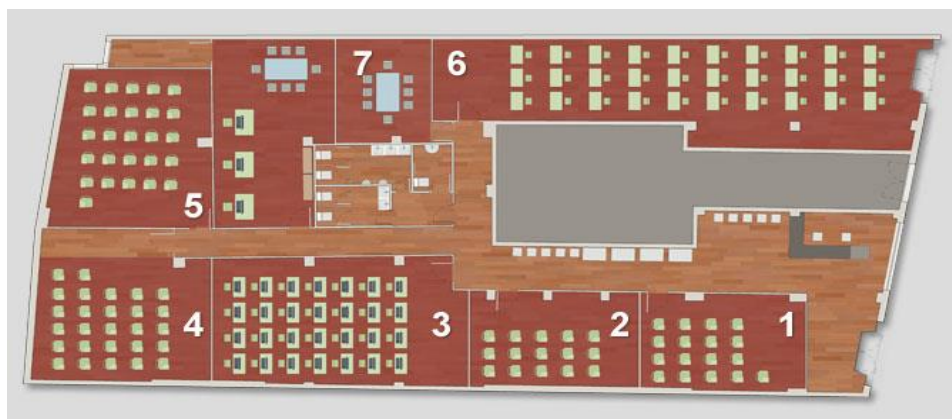


Imagen del Palacio de Anglona, sede central de COI en Madrid (Costanilla de San Pedro, 2)

El cumplimiento de los requisitos de capacidad, accesibilidad, y usos académicos de la sede central de COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) fue objeto de evaluación positiva por parte de la Dirección General de Universidades de la Comunidad de Madrid, con motivo de la instrucción del expediente para el reconocimiento del Centro como centro adscrito a la Universidad Camilo José Cela (2013).

COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) dispone también de unas delegaciones territoriales, que constituyen su autodenominada “red de centros de atención tutorial” y que se articula por la geografía ibérica y por diversos países extranjeros, sirviendo como instrumento para facilitar una atención personal y directa al alumnado en los procesos administrativos.

COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) cuenta en Madrid con su propio Centro de Atención Tutorial, situado en el número 23 de la calle Martín de Vargas de la capital. El Centro dispone allí de una gran instalación homologada, inaugurada en el año 2011, con una superficie aproximada de 480 m, en los cuales se distribuyen siete aulas talleres, despachos, aseos y servicios, salas de reunión y de recepción, todo ello equipado con la tecnología educativa más innovadora.



Planta del Centro Tutorial de Madrid

El Centro de Atención Tutorial de Valencia se ubica en los bajos de los números 18 y 20 de la Calle Chiva de la capital valenciana (CP 46018). De acuerdo con el documento descriptivo catastral de dichas fincas, cada una de ellas tiene una superficie construida de 149 m.



Aularios del Centro de Atención Tutorial de Valencia

En esta sede tutorial se disponen de cuatro espacios destinados a posibles aularios para la atención tutorial colectiva a grupos reducidos, prevista en la metodología del Centro como actividad formativa clave para el alumnado. Dichos espacios de aula / taller permiten, por su superficie, atender simultáneamente a cuatro grupos de 20 alumnos de media, y cuentan con todas las tecnologías aplicadas requeridas para el desarrollo de la actividad docente prevista.



El Centro de Atención Tutorial del País Vasco, situado en la zona céntrica de Bilbao, destaca por la prestancia del edificio que lo acoge (fue sede del Rectorado de la Universidad del País Vasco) y, como la mayoría de los demás, dispone de su propio espacio de aula taller para atender al alumnado de la zona norte de la península.

Así mismo, Cela Open Institute dispone de centros de atención tutorial en funcionamiento en las siguientes ciudades españolas:

Barcelona

Bilbao

Elche

La Coruña

Santa Cruz de Tenerife

Sevilla

Zaragoza

B. SERVICIOS DISPONIBLES

Los servicios universitarios del Centro son unidades específicas de apoyo a la gestión, al estudio, a la docencia, a la investigación y a las actividades de extensión universitaria, así como de atención a la comunidad universitaria y a la sociedad en general.

COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) dispone de los servicios universitarios legalmente preceptivos, así como de los potestativos necesarios para el cumplimiento de sus funciones, todos ellos

acreditados ante la administración de la Comunidad Autónoma de Madrid. La creación, modificación, fusión, externalización o supresión de un servicio universitario corresponde a la Administración del Centro, que establece la modalidad de gestión más oportuna para cada servicio y las normas de funcionamiento que correspondan.

Las Prefecturas de cada servicio universitario son los órganos técnicos unipersonales responsables de la su gestión y ejercen sus funciones bajo la coordinación y dirección de la Administración y la Dirección del Centro. Las Prefecturas son las responsables de la coordinación de la Comisión Técnica de Seguimiento del servicio que se establezca en virtud del sistema de garantía interna de la calidad de los estudios implantados.

- **Servicio Universitario de Atención e Información:** El Servicio universitario de Atención e Información del Centro es preceptivo por disposición del RD 557/91. Se halla ubicado en la sede central de COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) en Costanilla de San Pedro 2, en la cual dispone de una superficie total de 62,45 metros cuadrados, correspondientes a los espacios de Recepción (28,50 m²) y atención virtual (33,95 m²). Este servicio universitario tiene una dotación de recursos humanos de una plaza a dedicación plena (núm. 8) y otra a dedicación parcial (núm. 11).
- **Servicio Universitario Técnico Informático:** El Servicio Técnico Informático del Centro es preceptivo por disposición del RD 557/91. Se halla ubicado en la sede central de COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) en Costanilla de San Pedro 2, en la que dispone de una superficie total de 43,50 metros cuadrados. Este servicio universitario tiene una dotación de recursos humanos de dos plazas de técnico (números 2 y 3) y una de operador (núm. 5).
- **Servicio Universitario Médico-Asistencial:** El Servicio Médico-Asistencial del Centro es preceptivo por disposición del RD 557/91. Se halla ubicado en la sede anexa de COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC), en la Calle Martín de Vargas 23, en la que dispone de una superficie total de 20 metros cuadrados. El Centro tiene ordenada la prestación de este servicio universitario de forma directa y sin externalización alguna. Este servicio universitario cuenta con los servicios de una persona licenciada en Medicina y especialista en Medicina del Trabajo.
- **Servicio Universitario de Biblioteca y Documentación:** El Servicio de Biblioteca del Centro es preceptivo por disposición del RD 557/91. Se halla ubicado en la sede anexa de COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) en la Calle Martín de Vargas 23, en la que dispone de una superficie total de 121,60 metros cuadrados, distribuida en tres espacios específicamente equipados para la consulta presencial del alumnado. Este servicio universitario tiene una dotación de recursos humanos de una plaza de documentalista (núm. 7) y una de operador (núm. 10).
- **Servicio Universitario de Apoyo a la Investigación:** El Servicio de Apoyo a la Investigación es un servicio del Centro implantado con carácter potestativo para ejercer las funciones previstas

en el Plan Director de la Investigación del Centro. Se halla ubicado en la sede anexa de COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) en la Calle Martín de Vargas 23, en la que dispondrá de una superficie total de 136,45 metros cuadrados, distribuida en tres espacios específicamente reservados para las actividades investigadoras del personal académico del centro. Este servicio universitario tiene prevista una dotación de recursos humanos de una plaza de ayudante de investigación con dedicación plena (núm. 9).

- **Servicio Universitario de Garantía Interna de la Calidad:** El Servicio de Garantía Interna de la Calidad es un servicio del Centro implantado con carácter potestativo para asegurar el cumplimiento de los compromisos adoptados ante la Universidad en el convenio de adscripción del Centro. Se halla ubicado en la sede central de COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) en Costanilla de San Pedro 2, en la que dispone de una superficie total de 30,40 metros cuadrados. Este servicio universitario tiene una dotación de recursos humanos de una plaza de operador especializado con dedicación plena (núm. 4).
- **Servicios Universitarios Comunes:** Los servicios comunes son preceptivos por disposición del RD 557/91. El Salón de Actos del Centro se halla ubicado en la sede anexa de COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) en la Calle Martín de Vargas 23, en la que dispone de una superficie total de 90,00 metros cuadrados. La Cafetería del Centro se halla en la sede anexa de COI en la Calle Martín de Vargas 23, en la que dispondrá de una superficie total de 85,50 metros cuadrados, articulados entre el espacio de recepción y los espacios de distribución y acceso a los actuales talleres y aularios.

C. RECURSOS TECNOLÓGICOS

COI (Cela Open Institute, centro adscrito de la UCJC) es un centro de educación superior autorizado por la Administración de la Comunidad Autónoma de Madrid para la implantación de estudios universitarios oficiales en régimen no presencial.

Desde su creación, el Centro dispone de una plataforma de última generación en constante evolución, que tiene como norma para su desarrollo la sencillez y los mínimos requisitos para el usuario. Se trata de un LCMS (Learning Content Management System) creado por ADR FORMACIÓN que, además de las características de una plataforma e-learning avanzada o LMS, tiene integrado un gestor de contenidos completo que permite diseñar y estructurar materias, cursos, másteres y grados.

Características generales de la plataforma:

- Capacidad de mejora continuada de las prestaciones y de creación de nuevas herramientas, incorporando las últimas tecnologías.
- Posibilidad de creación y actualización de contenidos en tiempo real.

- Sencillez de la plataforma, tanto el aula virtual como la zona de gestión y control.
- Navegación rápida y con recursos y herramientas eficaces y organizadas (sólo requiere un equipo con conexión a Internet y un plugin de flash para cualquier perfil de usuario).
- Información continuada de la actividad del aula virtual a través del indicador de actividad multimedia interactivo.
- Capacidad de gestión autónoma del portal; independencia y control total sobre los cursos, los tutores, los alumnos y los supervisores de cada plan formativo. El administrador del proyecto puede generar tantos perfiles como desee, otorgando herramientas en función de sus responsabilidades y misiones.
- Gestión y control sin necesidad de técnicos expertos.
- Proceso de gran cantidad de datos en tiempo real a través de diferentes herramientas. Todas las actividades llevadas a cabo en la plataforma se soportan sobre una gran base de datos que refleja todas las actividades, generando informes, gráficos y estadísticas muy detallados.
- Conjunto completo de herramientas de seguimiento y supervisión, con una excelente organización de las mismas.
- Tutoría avanzada por distintas vías de comunicación que permiten una gestión rápida y un control total de la situación del alumnado (mensajes SMS, autoevaluaciones, ejercicios resueltos, avisos automáticos, encuestas de seguimiento y finalización).
- Disponibilidad de funcionamiento 24 horas x365 días.
- Posibilidad de importación y exportación de contenidos SCORM.
- Estructuración de las materias en unidades que se van dosificando secuencialmente según el alumno va progresando. Una unidad está constituida por teoría, ejercicios propuestos y un test que es necesario superar. En algunas unidades se puede hacer obligatorio el envío al profesor de un ejercicio. Una vez superada una unidad se pueden descargar los ejercicios resueltos para ser comparados.
- Contenidos en html fácilmente integrables.
- Vídeos explicativos streaming en formato MP4 compatible con cualquier dispositivo
- Encuestas de seguimiento y finalización personalizables para que el alumno valore la formación.
- Videoconferencias en tiempo real con el profesorado y alumnado mediante solución nativa e incluida y con WEBEX TRAINING CENTER como solución adicional de aula virtual para clases en tiempo real integrada en la plataforma.
- Motor de síntesis de voz que lee los contenidos del curso y permite la descarga de listas de reproducción para escuchar los contenidos.
- Sistema de tutorías interno con archivos adjuntos, que evita el uso de e-mail.
- Herramientas de apoyo como los eventos programados, presentaciones, salones de cursos y la cafetería para fomentar la comunicación de los alumnos.
- Múltiples recursos educativos en cada materia, tales como actividades educativas multimedia como crucigramas, mapas interactivos, diálogos, etc.

- Relación de alumnos participantes en el programa y materia, con fotografía opcional para conocerse.
- Solapa gráfica del alumno que permite comprobar su expediente académico, con gráficos en tiempo real de su progreso.
- Recursos que completan la información de la materia, como la bibliografía, los enlaces y las preguntas más frecuentes.
- Una sección de ayuda técnica donde se describen los problemas más frecuentes y sus soluciones, con un Call Center disponible para la atención de las dudas o problemas de los alumnos, supervisores y tutores.
- Panel de avisos donde el tutor informa a todos los alumnos de eventos importantes.
- Perfiles diferentes de acceso: alumno, autor, tutor, profesor, supervisor y administrador.

Además de estas características generales, visibles al alumno, la plataforma dispone también de las siguientes prestaciones:

- Envío de SMS a los profesores y tutores cuando reciben una consulta.
- Envío de SMS al Administrador con informes resumidos varias veces al día.
- Copias de seguridad en un servidor replicado diariamente, semanalmente y mensualmente.
- Soporte de todas las actividades llevadas a cabo en la plataforma sobre una gran base de datos que refleja todas las actividades, generando informes, gráficos y estadísticas muy detallados.
- Cada perfil de usuario tiene asignación de herramientas individuales que son configuradas por el administrador.
- Cursos on-line de formación para la mejora de la calidad docente dirigidos a autores, profesores, supervisores y tutores.
- Herramienta de pautas que permite el seguimiento mediante el envío de mensajes programados ante diferentes eventos y mediante diferentes distintos como e-mails, SMS o mensajes internos en la plataforma.

Requisitos técnicos de usuario:

Los requisitos a nivel de usuario de la plataforma son mínimos:

- Conexión a internet básica de 128 Kbps de bajada.
- Resolución de pantalla mínima 800x600. Recomendable 1024.x768 o superior.
- Navegadores recomendados:
- Internet Explorer 8 y superiores
- Mozilla Firefox a partir de la versión 3 en adelante
- Google Chrome todas las versiones
- Opera 9 y superiores
- Safari 5 y superiores

- Plugin Adobe Flash Player versión 9 o superior.
- Sistema sonido. Necesario para los videos, actividades multimedia y videoconferencia.

Para usar las comunicaciones en tiempo real (videoconferencia) es necesario tener abierto el puerto 1935 TCP para el dominio comunicaciones.adrformacion.com Si este puerto se encuentra cerrado el usuario puede entrar al aula pero la solapa LLAMADAS queda sustituida por la de CHAT o inactiva.

Opcional. Para hacer videoconferencia completa es necesario disponer un micrófono y webcam en el equipo. La mejor opción para el audio son unos auriculares con micrófono. No obstante es posible y frecuente que el alumno pueda llamar al tutor por videoconferencia y si este no dispone de micrófono o webcam se comunica por chat con el tutor.

Requisitos técnicos a nivel de red:

Para poder acceder al LMS desde una red corporativa que normalmente se encuentra protegida por distintos dispositivos de seguridad es necesario abrir el acceso a los siguientes dominios:

- www.adrformacion.com TCP 80 (acceso web al aula virtual y su funcionamiento básico)
- loquendo.adrformacion.com TCP 80 (acceso web a los audios de las unidades)
- comunicaciones.adrformacion.com 1935 TCP (socket al servidor de comunicaciones).
- Webcomunicaciones.adrformacion.com 80 TCP (uso residual y complementario para el entorno de comunicaciones).

Multisoporte:

La plataforma LMS de ADR Formación está adaptada para dispositivos que no soportan tecnología Flash por lo que se puede acceder en movilidad desde terminales como iPad o Tablet sin renunciar a ninguna de las funcionalidades del Aula Virtual.

Compatibilidad SCORM:

El LMS de ADR Formación es una plataforma de desarrollo propio compatible con los estándares SCORM 1.2 e IMS CP que permite dotar a los centros de formación clientes de los recursos tecnológicos necesarios para impartir proyectos de formación online de manera autónoma.

Accesibilidad:

La plataforma cumple con los niveles de accesibilidad según norma UNE 139803:2012 prioridad 2.

Rendimiento

En cuanto a los niveles de rendimiento soportan 10.000 usuarios con un ancho de banda de 2 x 100 Mbps.

Disponibilidad 24x7

La plataforma estará disponible las 24 horas los 7 días de la semana ininterrumpidamente. El alumno podrá acceder desde cualquier ordenador con conexión a Internet, una vez disponga de sus claves.

Si el cliente así lo requiere, se podría limitar el acceso en determinado horario o incluso desde determinadas direcciones IP.

Hardware y comunicaciones (Servidor)

Físicamente el sistema principal esta soportado por un cluster de alta disponibilidad basado en servidores Dell Poweredge 1950 con 2 procesadores Intel Quad Core 3 Ghz y 8 GB de RAM por cada servidor. Como sistema de almacenamiento existe una matriz de almacenamiento (MD3000) dispuesta para alta disponibilidad con redundancia en todos sus sistemas (fuentes de alimentación, controladoras, interfaces de red. Todos los medios físicos son discos duros SAS en RAID1 (mirroring por hardware) para tolerancia a fallos.

Además existen otros servidores y sistemas complementarios para envíos de e-mail y plataformas SMS para el envío de mensajes cortos.

Respecto a las comunicaciones, estos servidores están alojados en el IDC de ARSYS, una de las compañías líderes en Europa en hosting y servicios de Internet de reconocido prestigio. Dentro de este centro de datos nuestros servidores no tienen ninguna limitación de ancho de banda diferente a la propia limitación de la compañía de comunicaciones ARSYS.

Además de los servidores que ofrecen el servicio, existen otros servidores alternativos alojados en las instalaciones de ADR Formación que se encargan de realizar las copias de seguridad de datos y backup de las áreas de cursos y ficheros diariamente, así como una réplica de la base de datos en tiempo real.

Adicionalmente todos los sistemas y servicios están siendo monitorizados por software específico para el envío de alertas al equipo de soporte de ADR Formación. El software de monitorización general de toda la matriz de servidores, tanto principales, como auxiliares y de backup es hobbit monitor.

Además de este software específico de monitorización existen otras herramientas específicas adicionales que realizan monitorización activa, como es el caso de Dell Open Manage para la monitorización de los dispositivos de marca DELL.

Todos estos sistemas de redundancia y seguridad hacen que el sistema sea tolerante a fallos y permita ofrecer un servicio ininterrumpido de calidad y con capacidad de crecimiento permanente.

El nivel de disponibilidad correspondiente a los últimos 12 meses de 2014 ha sido de 99,997, habiéndose registrado un tiempo de falta de servicio a lo largo de este periodo de 0h: 35 min: 18seg.

La plataforma ha sido utilizada en situaciones reales con más de 8000 alumnos simultáneos y se realiza una monitorización permanente que nos permite adaptar los sistemas a las necesidades.

Los tiempos medios de respuesta http por petición durante los últimos 12 meses son de 149 ms medidos desde nuestras instalaciones a través de una línea ADSL de telefonía.

Garantías de terceros

Todos los elementos de hardware críticos para el servicio, además de estar redundados, tienen contratos de garantía GOLD con la compañía DELL de sustitución de piezas en caso de fallo de 4 horas.

Software

El LMS de ADR Formación esta soportado y desarrollado tecnológicamente en LAMP (Linux, Apache, Mysql y Php). Además se ha combinado en el desarrollo con Macromedia Flash del lado del cliente y un servidor de comunicaciones Wowzamedia Server para videoconferencia y comunicaciones en tiempo real. Las versiones en servicio actualmente son las siguientes:

- Sistema operativo: Cluster con Centos 5.2
- Servidor Web: Apache 2.0.52
- Servidor de datos: MySQL 5.0
- Lenguaje de desarrollo: PHP Versión 5
- Servidor de comunicaciones: servidor Wowza media server con características mejoradas
- Herramientas estándar y otras a medida para monitorización de tráfico, estadísticas, copias de seguridad, vigilancia, envío de SMS, etc.

Seguridad

Todos los servidores están alojados en un IDC con las siguientes medidas de seguridad:

- Seguridad física
 - Sensores para el control de la temperatura y humedad ambiente.
 - Filtrado de aire para evitar la entrada de partículas.
 - Sistema automático balanceado y redundante de aire acondicionado.
 - Sistema de detección de incendios que dispara, en caso de necesidad, un dispositivo de expulsión de gas inerte que extingue el fuego en pocos segundos.

- Seguridad en el suministro eléctrico
 - Sistema de Alimentación Ininterrumpida (SAI) para garantizar la estabilidad y continuidad de los equipos.
 - Grupo electrógeno autónomo que suministraría, en caso de corte prolongado, la energía necesaria para que no haya pérdida de alimentación, de modo que los servicios a clientes no sufran ninguna alteración.
- Seguridad perimetral
 - Acceso restringido por control de tarjeta magnética y contraseña.
 - Sistema generalizado de alarmas.
 - Televigilancia.

Más información sobre el IDC de Arsys <http://www.arsys.es/ayuda/directorio/infraestructura-tecnica/idc.htm>

En relación a la seguridad lógica los servidores están protegidos por firewalltables con políticas restrictivas DROP. Esto significa que solamente entra y sale de los servidores el tráfico explícitamente autorizado a nivel de protocolo, puerto, y en su caso origen y destino.

Así mismo los servidores son actualizados periódicamente con los últimos parches de seguridad, por el equipo de soporte de ADR Formación.

Cumplimiento obligaciones LOPD

ADR Formación y el personal a su servicio en la prestación de los contratos, tal y como se define en la letra g) del artículo 3 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, están obligados en su calidad de encargados de tratamiento de datos personales por cuenta del cliente al cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, así como de las disposiciones que en materia de protección de datos se encuentren en vigor a la adjudicación del contrato o que puedan estarlo durante su vigencia.

ADR Formación dispone de una Memoria en materia de LOPD que pone a disposición del cliente así lo estima oportuno. En ésta se detallan todos los aspectos que conciernen a ADR Formación en materia de Ley de protección de Datos, desde las anteriores obligaciones, hasta las medidas de seguridad que hay establecidas o antecedentes de proyectos realizados donde se han establecido ya estas medidas con éxito.





Características del Aula Virtual

Si bien el Aula Virtual de la plataforma de ADR Formación suele ser común para todos los proyectos, cabe destacar que la tecnología utilizada es propia de ADR Formación, por lo tanto, cualquier usuario

que utilice la plataforma de ADR Formación, puede personalizar acorde a sus necesidades cualquier requisito técnico, tanto del aula virtual, como de la programación de herramientas y funcionalidades para la gestión, impartición y creación de contenidos (sistema de autor).

Teniendo en cuenta este punto, a continuación se describen las características habituales o de “punto de partida” del Aula Virtual:

- El aula virtual es el entorno Web al que acceden los alumnos para realizar los cursos, los requisitos para su utilización son mínimos, disponer de un navegador, una conexión a Internet y el plugin de Flash instalado.
- Desde el aula virtual el alumno tiene acceso a los contenidos del programa y puede relacionarse con el profesor, el tutor y con sus compañeros.
- Una materia se compone por una serie de unidades que hay que superar de una manera secuencial. Una unidad genérica incorpora textos, imágenes, vídeos explicativos, actividades registrables y ejercicios propuestos. Para superar una unidad y poder acceder a la siguiente el alumno debe aprobar un test asociado y, en su caso, enviar al profesor los ejercicios obligatorios si los hubiere.
- El alumno puede comunicarse con el profesor a través de la sección de profesor y desde la sección de llamadas. Desde estas secciones podrá plantear y resolver sus dudas, enviar y descargar ejercicios, e incluso podrá comunicarse con el tutor a través de video llamada y/o audio conferencia si el profesor se encuentra online.
- El aula virtual presenta otros recursos dirigidos a que el alumno pueda realizar el curso de la mejor manera posible, actualmente esos recursos son los siguientes y se estructuran en solapas, algunas de ellas ocultables:

	<p>Índice</p> <p><i>Solapa principal. Desde aquí el alumno visualiza y accede a las unidades, test, descarga las soluciones de ejercicios, realiza las encuestas si las hay y visualiza en qué unidades es necesario el envío de ejercicios establecidos como obligatorios.</i></p>
	<p>Tutor</p> <p><i>Permite enviar y recibir consultas del tutor (tutorías) y adjuntar archivos. También permite iniciar una conversación en tiempo real con el tutor. Proporciona información sobre el CV del tutor así como de la actividad que éste tiene pendiente.</i></p>
	<p>Avisos</p> <p><i>Panel donde el tutor envía avisos concernientes a todos los alumnos. Cada vez que el alumno recibe un nuevo aviso, éste visualizará el panel de avisos en primer lugar al acceder al aula virtual. Desde esta solapa también se accederá a las clases virtuales o webinars que el tutor programe con Webex, ya que se genera un aviso automático previo al evento que todos los alumnos reciben y éste incluye la Url de acceso a dicho evento.</i></p>
	<p>Expediente</p>

Permite consultar un resumen del expediente académico personal de cada alumno, obteniendo información acerca de la unidades completadas y por realizar, test y actividades realizadas y su puntuación, datos sobre tutorías planteadas, número de conexiones, tiempo medio de respuesta del tutor y el calendario de conexión, que recoge la recomendación temporal para un correcto aprovechamiento del curso y la compara con la actividad real del alumno.



Recursos

Videoteca, repositorio de documentos, bibliografía, enlaces de interés, canciones y preguntas frecuentes relacionadas con el curso.



Alumnos

Listado de todos los alumnos matriculados en el curso. Incluye la información básica de cada alumno: foto (opcional), Nick, e-mail... Desde esta solapa el alumno puede editar sus datos del perfil, ver qué compañeros están conectados y contactar con ellos.



Foro y Actividades colaborativas

Desde esta solapa el alumno accede al foro general del curso y podrá participar en él. Igualmente se accede a las actividades colaborativas que se hayan propuesto. Desde aquí podrá participar y ver las aportaciones de sus compañeros, fomentando el aprendizaje colaborativo y de comunidad.



Llamadas

Solapa de acceso al entorno de comunicaciones síncronas. Es el entorno para la comunicación de todos los perfiles de un proyecto, aunque sean de diferentes cursos. Desde aquí podrán utilizar la videoconferencia, audioconferencia, pizarra digital, compartir archivos, acceder a la cafetería, entrar y crear salas de curso, etc.



Ayuda

En esta sección los alumnos pueden consultar las FAQ, con la resolución sobre temas técnicos frecuentes.



Indicador de actividad

Además de las solapas, en la parte superior derecha se presenta el indicador de actividad, que de forma animada y con sonidos nos va informando de todo lo que acontece en el Aula Virtual, alumnos conectados, alumnos de tu curso online, resolución de tutorías, estado del tutor. Además de información, este indicador nos permite aceptar o rechazar videollamadas en tiempo real.

Comunicaciones síncronas y asíncronas

Entorno de comunicaciones integrado. Por defecto está disponible el servicio de comunicaciones en tiempo real de la propia plataforma. Éste permite:

- Cafetería hasta 20 usuarios simultáneos con videoconferencia
- Videollamadas alumno-tutor
- Videollamadas tutor –alumno/s
- Herramientas colaborativas

- Sala de curso (20 usuarios simultáneos con videoconferencia)

Clases virtuales y webinars

Si el uso de las comunicaciones en tiempo real se quiere destinar a la impartición de clases virtuales, ponemos a disposición del cliente la posibilidad de contratar por horas el servicio de comunicaciones de Webex, que le ofrecerá mejores condiciones en calidad de imagen, sonido y retardo. Además, le permitirá grabar las sesiones y poder disponer posteriormente de ellas. Así, el servicio de clases virtuales y webinars con Webex le proporciona:

- Alta calidad de imagen y sonido
- Hasta 30 usuarios simultáneos con videoconferencia
- Sesiones grabables para posterior consulta/uso
- Herramientas colaborativas

Herramientas de Colaboración

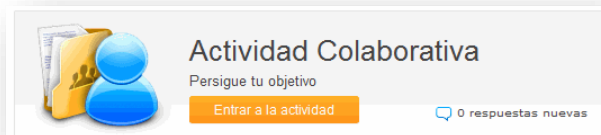
Otros elementos que aportan interactividad al proceso formativo son el foro y las actividades colaborativas. El usuario de la plataforma puede acceder a ambas a través de la solapa Foro del Aula Virtual.



La primera, como bien indica su nombre, consiste en una ‘tribuna’ en la que se crean diferentes temas de debate de interés general y donde el alumnado puede participar reflejando su parecer o teoría al respecto. En este sentido, el foro permite mantener debates sobre cuestiones de interés relacionadas con el curso y, además, puede empleado por los alumnos de un curso como medio de comunicación entre ellos. La característica más importante de los foros es que cualquier cuestión u opinión planteada puede ser leída por el resto de participantes.

Por su parte, los ejercicios colaborativos son actividades propuestas que consisten en que todos los alumnos publiquen su solución a un reto o problema planteado por el tutor y que las aportaciones puedan ser votadas y/o comentadas por los integrantes de un grupo. En este sentido, es posible aportar diferentes soluciones a un mismo ejercicio atendiendo a las sugerencias e ideas del resto de usuarios. Además, dicha actividad se puede configurar bajo diferentes parámetros: que un alumno no pueda ver las soluciones

propuestas hasta que no aporte la suya, la posibilidad de adjuntar videos o audios, diferentes opciones de visualización, etc.



Con estos recursos se fomenta el sentimiento grupal, el aprendizaje colaborativo y se crean sinergias muy interesantes que amplían el flujo de conocimiento profesor-alumno.

Motor de Voz

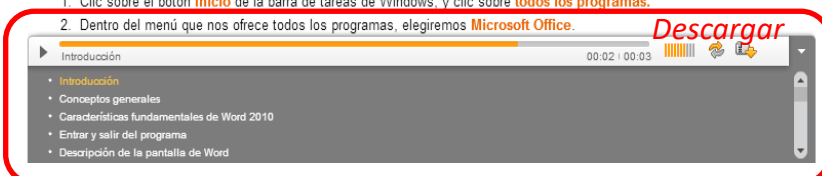
La plataforma dispone de un sistema avanzado de reconocimiento y síntesis de voz que permite que los contenidos sean leídos y descargados en formato audio. Así, nos adaptamos a los criterios de usabilidad Web para personas discapacitadas y permitimos la exportación del e-learning a los nuevos contenedores TIC: I-pods, reproductores MP3/MP4, e-books, etc.

Entrar y salir del programa

Al instalar el OFFICE 2010, se creará automáticamente una entrada de Microsoft Office en la opción **Todos los programas**, del menú **Inicio** de Windows.

De tal forma que para entrar en la pantalla principal de Word 2010, seguiremos los siguientes pasos:

1. Clic sobre el botón **Inicio** de la barra de tareas de Windows, y clic sobre **todos los programas**.
2. Dentro del menú que nos ofrece todos los programas, elegiremos **Microsoft Office**.



Instrucciones de la Plataforma

Todas las materias disponen de una primera lección denominada Lección 0: Metodología. El inicio de esta lección es personalizable con la información que el usuario desee transmitir a sus alumnos. Contiene además las instrucciones para el manejo de todas las herramientas que el alumno tendrá a su disposición.

Esta lección 0 asegura que todos los alumnos reciben y conocen bien el funcionamiento del Aula Virtual. Tiene además un test de comprensión asociado que es necesario superar para avanzar a la siguiente lección, que será ya de la materia a estudiar. Los alumnos que cursan más de una materia sólo tienen que realizar esta lección en la primera.

Obtención del Manual del Curso

Todos los contenidos de la plataforma son descargables por el alumno en distintos formatos durante el avance en el curso y a la finalización, creando así un completo manual de consulta acerca del curso que el alumno podrá guardar para disponer de él en cualquier momento.

Toda la documentación descargada por el alumno quedará registrada en su expediente, de manera que el Supervisor del proyecto puede consultar en todo momento los materiales que el alumno ha obtenido del curso.

- Descarga de lecciones en texto: Todas las lecciones se pueden descargar de manera individual a medida que se van superando. Éstas son descargables en pdf o html para crear el manual del curso y para poder estudiarlas desconectado de Internet.
- Descarga de lecciones en audio: La plataforma de ADR Formación dispone de un motor de voz que lee de forma automática los contenidos de las lecciones. Estos audios son generados de forma automática y se pueden descargar, bien por secciones, bien por unidades completas. Así, el alumno puede disponer del curso completo en formato audio (MP3) para escucharlo en otros contenedores como reproductores MP4, i-pods, etc.
- Descarga de ejercicios y soluciones: También los ejercicios y sus soluciones se podrán descargar cuando el tutor del curso así lo determine para completar el manual del curso.
- Descarga de videotutoriales: Todas las lecciones disponen de un conjunto de vídeos explicativos acerca de las cuestiones más significativas del curso. Estos vídeos también son descargables por el alumno en distintos formatos para que los adjunte a su manual de consulta. Los vídeos se podrán descargar en formato WMV, MP4 o en SWF.

Certificados de Aprovechamiento

La plataforma dispone de una herramienta de Supervisor llamada diplomas. Ésta permite añadir una plantilla de certificado que puede contener los campos que queramos, aunque normalmente corresponde a un modelo donde se mostrarán los logos que indiquemos, los datos de la materia (título, horas, programa, fechas de impartición...) y los datos del alumno que lo ha realizado (nombre y apellidos, DNI, etc.)

De este modo, cuando un alumno finaliza una materia, automáticamente se puede obtener desde esta herramienta el diploma personalizado para imprimirlo.

También es posible que la plataforma genere de forma automática certificados firmados digitalmente y enviarlos por e-mail, aunque para ello es necesario instalar en el servidor de ADR Formación la firma digital válida del cliente.

Encuestas de Satisfacción Personalizadas

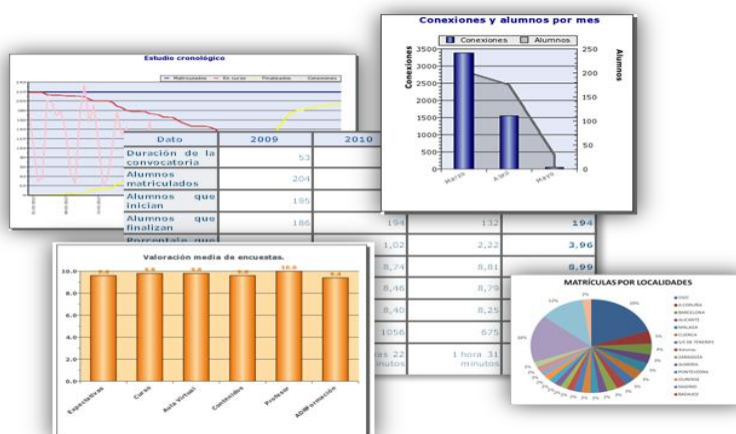
A mitad de materia y a su finalización, los alumnos deben realizar una encuesta de evaluación de la formación recibida. Esta encuesta es personalizable, por lo que se pueden proporcionar las preguntas que se quieran plantear a los alumnos.

La información que se recoge es tenida en cuenta a la hora de mejorar diferentes aspectos de la formación. Además, se pueden consultar en tiempo real los resultados y comentarios de las mismas con las herramientas de Supervisión que se facilitan al cliente.

Perfiles de Supervisión y Administración

La Plataforma proporciona una clave de acceso al supervisor al responsable designado (el Director de los estudios) para que pueda supervisar todo el programa en tiempo real.

Dispone también de una serie de herramientas que le permiten gestionar el portal y consultar en tiempo real la evolución de todo el proyecto, obteniendo gran cantidad de información procesada sobre las materias, alumnos y tutores.



De estas herramientas destacan las siguientes:

- Informe de teleformación, con esta herramienta se obtiene información del estado del progreso de los alumnos en los cursos, alumnos matriculados, alumnos en curso, alumnos finalizados. También se podrá obtener el expediente de justificación de cada alumno, con todos los datos de la realización del curso por el alumno.
- Seguimiento de encuestas, acceso directo a los resultados y comentarios de las encuestas de seguimiento y finalización. Con tablas y gráficos generados en tiempo real.

Por contrapartida, son labores de administración todas las relativas a la gestión del proyecto en los siguientes aspectos:

- Gestiones administrativas de alumnos, gestión de las altas, mantenimiento de los datos de los alumnos, altas, bajas, ampliaciones de plazo, emisión de diplomas.

- Relación con los alumnos, mantenimiento de los mensajes del día, herramienta de comunicación con los alumnos.
- Seguimiento del estado de los alumnos, control del avance de los alumnos en los cursos, sistema de pautas automáticas. La plataforma de teleformación dispone de un sistema de pautas automático. Una vez configurado, emite mensajes de seguimiento a los alumnos a través de e-mail y SMS. Se suelen definir pautas para los alumnos que tardan demasiados días en entrar por primera vez a la plataforma, para los alumnos que llevan varios días sin conectarse, cuando faltan pocos días para acabar el plazo. La efectividad de esta herramienta ha quedado constatada ya en múltiples proyectos.

Una vez definidas las funciones de cada cual, se definirán los perfiles adecuados para la correcta realización de las mismas.

- Las principales herramientas del perfil de Administrador son las siguientes:
- Noticias
- Avisar a tutores
- Comunicación con alumnos (envío masivo/individual y personalizado de e-mail y SMS)
- Comunicación con tutores (envío masivo/individual y personalizado de e-mail y SMS)
- Cursos de un proyecto
- Buscar contraseñas
- Gestión de Perfiles
- Gestor de alumnos
- Gestor de cursos
- Gestor de solicitudes
- Importar alumnos desde CSV
- Pautas
- Edición de encuestas
- Mnt Convocatorias
- Editor de Metodología

Todos los perfiles que permite configurar la plataforma (alumno, profesor, tutor, autor, supervisor, administrador, seguimiento) son personalizables, eligiendo si fuera preciso una a una las herramientas de las que debe disponer cada usuario.

Disponibilidad de servicio

El compromiso de disponibilidad por parte del Centro del Servicio de ADR consiste en un acceso permanente (disponibilidad 100%) a la plataforma de formación y a los programas que en ella se imparten, para alumnos, supervisores, administradores y tutores. Y en el caso de cursos tutorizados, ofrecer un servicio de tutorización ajustado a las necesidades del usuario.

Para lograr esta disponibilidad ADR depende de dos factores, la conexión a Internet (incluye el Housing) y su departamento de soporte técnico.

Con respecto a la conexión a Internet y el Housing actualmente los servidores están alojados con la empresa ARSYS INTERNET S.L, empresa líder en el sector de alojamiento Web y proveedor de la conectividad a Internet de los servidores que soportan la plataforma de teleformación.

En caso de interrupción de servicio por pérdida de la conectividad a Internet competencia de ARSYS INTERNET SL, ADR se compromete a indemnizar al cliente de acuerdo a las siguientes condiciones:

- ADR indemnizará al Centro por el concepto de pérdida de conectividad según los datos de monitorización registrados y almacenados por la compañía de comunicaciones ARSYS INTERNET SL.
- No se consideran pérdidas de conectividad las derivadas de fallos en los sistemas de operadores de comunicaciones que afecten a parte de los usuarios mientras que otros mantengan el servicio, ni las circunstancias más allá del control razonable de ADR, incluyendo, sin limitación, actuaciones de cualquier cuerpo gubernamental, guerra, insurrección, sabotaje, conflicto armado, embargo, fuego, inundación, huelga u otro conflicto laboral, indisponibilidad o interrupción de servicios de terceras partes, ataques de virus o hackers, fallos en el software de terceras partes (incluyendo, sin limitación, el software de las pasarelas de pago, chat, estadísticas o scripts gratuitos) o la imposibilidad de obtener materias primas, suministros o energía eléctrica para los equipos necesarios para la provisión de este Compromiso de Disponibilidad del Servicio.
- Problemas de DNS fuera del control directo de ADR o problemas con la propagación.
- Informes incorrectos del SLA como resultado de caídas o errores del Sistema de Monitorización de ARSYS INTERNET S.L.
- Acción u omisión por parte del Centro (o del personal autorizado por éste), incluyendo, sin limitación, un mal uso, negligencia, mala conducta premeditada, o uso de los Servicios en contra de los términos y condiciones descritos en el Contrato del Servicio objeto de este Compromiso.
- Caídas en cualquier lugar de Internet que provoquen la imposibilidad del Cliente de acceder a la plataforma. ADR, no es responsable de la caché del navegador o del DNS que haga que su Servicio aparezca inaccesible cuando otros puedan todavía acceder a él.

Si ADR determina, en su razonable juicio, que la conectividad a Internet ha tenido una disponibilidad menor al 100% en un mes, ADR, a petición del Centro, abonará en la cuenta del Centro la cantidad calculada en base al cargo mensual del Servicio.

Soporte técnico de ADR

El soporte técnico de ADR tiene dos cometidos trascendentes:

- Garantizar el servicio de teleformación a través de nuestra plataforma.

- Dar respuesta y resolver los problemas que puedan surgir a los usuarios de la plataforma.

Garantía del servicio de teleformación

El servicio de teleformación a través de nuestra plataforma reside fundamentalmente en el buen funcionamiento de una aplicación Web a través del puerto 80. La garantía de servicio reside en la duplicidad de servidores sincronizados en tiempo real así como en una continua monitorización manual y automática de la red y de los servicios que a través de ella se dan, realizada por nuestro soporte técnico.

Con este régimen de funcionamiento garantizamos una disponibilidad de 24 horas al día los 7 días de la semana. Las posibles incidencias graves serán solucionadas en un tiempo máximo de respuesta de 48 horas. Quedarían excluidas como incidencias las actuaciones de mantenimiento programadas con 48 horas de antelación y aquellas producidas por causa de fuerza mayor y ajenas a ADR.

Se entiende una incidencia grave la imposibilidad total para realizar uno de nuestros cursos a través de la plataforma web cuyo origen sea el fallo de algún sistema hardware o software competencia de ADR.

Se aplicará una penalización por cada hora de retraso sobre el plazo señalado, equivalente al 2% del importe facturado por servicios o licencias de usuarios afectados y hasta un máximo del 50% del importe facturado como servicios a esos usuarios.

Garantía de resolución de problemas a los usuarios de la plataforma

Los requisitos básicos de los usuarios para utilizar nuestra plataforma son mínimos, disponer de una conexión a Internet, un navegador y el plugin de Flash instalado. No obstante, pueden presentarse problemas en el uso derivados de la configuración de la estación de trabajo del usuario o del tipo de red o conexión a Internet.

El departamento de soporte técnico de ADR está disponible para que los usuarios puedan consultar sus problemas técnicos a la hora de manejar la plataforma de teleformación.

El plazo de tiempo previsto para atender las consultas que soliciten asistencia técnica será de 24 horas laborables, contadas a partir de la primera llamada efectuada y según la siguiente jornada; Lunes a Viernes de 9:00 a 14:00 horas y de 16:00 a 19:00 horas, salvo festivos nacionales y de la comunidad autónoma de La Rioja. En caso de realizar la comunicación a través de correo electrónico, el tiempo contará desde el momento en que se emita la confirmación de recepción del mismo.

Se aplicará una penalización por cada hora de retraso sobre el plazo señalado, equivalente al 2% del importe facturado por servicios o licencias de ese usuario y hasta un máximo del 50% del importe facturado como servicios de ese usuario.

Tutoría

En el caso de cursos tutorizados los tutores están disponibles y responden las consultas de los alumnos relativas a los contenidos del curso y al uso de la plataforma, exceptuando problemas técnicos de uso.

El tiempo medio de respuesta de todas las tutorías emitidas por el alumno sin contar los fines de semana será menor a 24 horas, computando las tutorías emitidas en horario laboral, de 9:00 a 14:00 y de 16:00 a 20:00 horas.

Se aplicará una penalización por cada hora de retraso sobre el plazo señalado, equivalente al 2% del importe facturado por servicios o licencias de ese usuario y hasta un máximo del 50% del importe facturado como servicios de ese usuario.

Protección de datos de carácter personal.

ADR, en cumplimiento de la Ley de Protección de datos, tiene dada de alta su base de datos de alumnos de teleformación en la Agencia de Protección de Datos, acompañado del documento de seguridad que garantiza el adecuado uso de los datos de los alumnos.

ADR garantiza el uso de estos datos con el fin de gestionar adecuadamente la formación de sus alumnos, y a efectos de comunicación e información de nuevos cursos o servicios que ADR puede o pudiera ofertar en el futuro.

Sistemas de aseguramiento de la Calidad

ADR Formación dispone desde el año 2006 de un sistema de formación certificado por la norma ISO 9001:2008 con el siguiente alcance "Diseño y desarrollo de proyectos formativos, presenciales y de teleformación".

ADR Formación dispone desde 2010 de la certificación UNE 166.001, obtenida gracias al proyecto de I+D+i consistente en el "Desarrollo de nuevas herramientas y tecnologías para la plataforma de teleformación basadas en comunicación en tiempo real y síntesis y reconocimiento de voz".

7.2. PREVISIÓN DE ADQUISICIÓN DE LOS RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS NECESARIOS

Todos los recursos materiales y servicios están a disposición del Centro para la implantación de los estudios de acuerdo con el calendario previsto.

7.3. RELACIÓN DE EMPRESAS QUE SE OFERTAN PARA LA REALIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS EN VIRTUD DEL CONVENIO CON LA FUNDACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA:

ABN AMRO BANK NV España

AC HOTELES
ACCENTURE OUTSOURCING SERVICES
ACCIONA
ADECCO
ADECCO IBERIA
AGUIRRE NEWMAN
AGUIRRE Y CIA
AHORRO CORPORACIÓN FINANCIERA
ALDESA CONSTRUCCIONES
ALTA GESTION ETT
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PROFESIONALES DE TURISMO
ASOCIACIÓN INDEPENDIENTE DE JOVENES EMPRESARIOS DE LA VILLA DE MADRID
AUREN CENTRO DE AUDITORES Y CONSULTORES
BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA
BANCO ESPÍRITO SANTO
BANCO SANTANDER
BANCO SANTANDER-REVISIÓN 2011
BASSAT OGILVY COMUNICACIÓN
BURSON MARSTELLER NOROTO
CARREFOUR
COMPAÑÍA DE SEGURIDAD INTERMEDITERRANEA
COMPAÑÍA DE SERVICIOS DE BEBIDAS REFRESCANTES COCA-COLA
CONQUIRO
DELOITTE S.L.
DEUTSCHE BANK
EL CORTE INGLÉS
EL CORTE INGLES VIAJES

FINANCE AND CONSULTING GROUP

FOCUS-ABENGOA

FRANCE TELECOM ESPAÑA

FUNDACIÓN DE LOS FERROCARRILES ESPAÑOLES

FUNDACION DIAGRAMA INTERVENCION PSICOSOCIAL

GABINETE INMOBILIARIO

GENERAL ELECTRIC CAPITAL BANK

GRUPO EULEN

IAER ESPAÑA

IBERDROLA

IBERDROLA INGENIERIA Y CONSULTORIA

IBM ESPAÑA

JAZZTELECOM

KPMG

LG ELECTRONICS

MC DONALDS

MICROSOFT IBERICA

ONO CABLEEUROPA

OVB ALLFINANZ ESPAÑA

OVERLAP INTERNACIONAL

SACYR VALLEHERMOSO

SAMSUNG ELECTRONICS IBERIA

SHL INTERNACIONAL

STERIA IBERICA

TELEFONICA I+D

TELEFÓNICA LEARNING SERVICES

TELEFONICA MOVILES ESPAÑA

TRANSPORTES AZKAR

UNIDAD EDITORIAL

VOCENTO MEIDATRADER

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
Tasa de Graduación%	Tasa de Abandono %	Tasa de Eficiencia %
70	10	85
Código	Tasa	Valor
01	Tasa de Graduación	70
02	Tasa de Abandono	10
03	Tasa de Eficiencia	85
04	Tasa de Éxito	70

8.1. Justificación de los valores propuestos

Los valores propuestos como resultados previstos referidos a las tasas de Graduación, Abandono y Eficiencia son los establecidos en el *Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing* por la Universidad a Distancia de Madrid, adoptado como referente en este punto en atención a sus acreditados resultados, pues la tipología del target a la que se dirige es similar, así como la modalidad docente de su impartición, cuyas tasas son:

- Tasa de graduación: como mínimo del 90% de los alumnos deben graduarse en un plazo máximo de dos años.
- Tasa de abandono: no más del 10% de los alumnos matriculados en una promoción deben abandonar sus estudios.
- Tasa de eficiencia: la relación entre los créditos necesarios y los realmente matriculados no debe ser inferior al 85% y el intervalo de eficacia no inferior al 60%.
- Tasa de éxito: como mínimo debe ser del 70%.

El valor correspondiente a la Tasa de Éxito, en cambio, se ha establecido en relación con el valor de dicha tasa sobre el conjunto de másteres implantados en el Centro –que a su vez se fundamenta en la establecida por la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas de la UCJC–, en atención al hecho de dirigirse a un público razonablemente homologable y ser implantados todos en la misma modalidad docente y con la misma plataforma, lo cual comporta identidad de actividades formativas, de metodologías docentes y de sistemas de evaluación.

No obstante, también se han considerado los siguientes másteres:

1. Máster Universitario en Gestión Comercial por la Universidad Rey Juan Carlos, cuyos datos son:

- Tasa de graduación: 95%.
- Tasa de abandono: 5%.
- Tasa de eficiencia: próxima al 100%

2. Máster Universitario en Dirección de Marketing por la Universidad Autónoma de Madrid:

Propuesta de Memoria de Verificación Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing

Página 94

ID: 4315986

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Fecha de verificación 31/05/2016

Fecha de evaluación de la modificación: 04/05/2017

- Tasa de graduación: 70%.
- Tasa de abandono: 10%.
- Tasa de eficiencia: 92%

3. Máster Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa por la Universidad de Castilla-La-Mancha:

- Tasa de graduación: 70%.
- Tasa de abandono: 15%.
- Tasa de eficiencia: 85%

Así pues, los valores que se proponen para las tasas requeridas se basan en la experiencia que COI posee con la impartición de másteres en modalidad no presencial y en las definidas en los másteres que se han tomado como referente. Se ha de indicar que COI (y por lo tanto la UCJC) ha adaptado las tasas en base a tres variables: la experiencia en la impartición de estudios en la modalidad no presencial, el tipo y características del estudiante de COI y la similitud (y coherencia) con las tasas presentadas en otros estudios de máster de este centro.

La experiencia en la impartición de estudios en la modalidad no presencial, COI es un centro de estudios superiores adscrito a la Universidad UCJC cuya oferta académica se centra en la formación no presencial por lo tanto su “knowhow” es esencial para la estimación de las tasas académicas. El criterio definido es que hay que disminuir las tasas tomadas como referencia para poder adecuar los valores a las características de los estudios y de los estudiantes dado que el desempeño de los mismos puede verse mermado por su nivel de actividad profesional.

El tipo y características del estudiante de COI, y que por lo tanto elige cursar unos estudios de este tipo. El estudiante de COI está altamente motivado a cursar un máster de estas características pero hay que tener en cuenta que este tipo de estudios exige un alto nivel de constancia y desempeño por parte del estudiante que, aunque lo posea, en numerosas ocasiones le es imposible mantener debido a su nivel de actividad profesional o porque ha hecho una deficiente planificación del tiempo de dedicación y trabajo que necesita un máster no presencial que origina la imposibilidad de mantener el ritmo establecido y definido previamente en el mismo para un resultado favorable en tiempo y forma. Esto provoca que el nivel de graduación descienda y aumente el de abandono, dato del que COI es muy consciente.

La similitud (coherencia) con las tasas presentadas en otros estudios de máster de este centro. Sumadas las dos variables anteriores parece lógico que COI haya adaptado un criterio de uniformidad en relación a los datos presentados en sus propuestas de máster hasta que su sistema interno de garantía de calidad ofrezca datos reales e individuales de cada uno de los títulos implantados en COI además adaptar los mismos criterios que se han considerado para establecer la Tasa de Éxito que son: establecer el valor de la tasa sobre el conjunto de másteres implantados en el Centro –que a su vez se fundamenta en la establecida por la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas de la Universidad Camilo José Cela–, en

atención al hecho de dirigirse a un público razonablemente homologable y ser implantados todos en la misma modalidad docente y con la misma plataforma, lo cual comporta identidad de actividades formativas, de metodologías docentes y de sistemas de evaluación.

8.2 Procedimiento general para valorar el proceso y los resultados de los estudiantes

El procedimiento para valorar el progreso y los resultados del aprendizaje se hará de forma paulatina y finalizará con la valoración que la adquisición de las competencias de este Máster por parte de los estudiantes se realizará de forma progresiva en las diferentes materias y se culminará con la valoración que el tribunal haga de forma individualizada del Trabajo de Fin de Máster.

El Centro tiene previsto un procedimiento, de valoración individual al estudiante de la adquisición de las competencias del Máster, que se divide en dos partes:

- **Valoración individual de competencias.** Esta primera parte consiste en la valoración por materias de las competencias generales, específicas y transversales, es decir, cada materia tiene asignada una serie de competencias, para su valoración el responsable de la materia elaborará, por cada estudiante, un informe sobre el grado de adquisición de las competencias asignadas a la materia inmediatamente después de realizar la evaluación de la materia. Este informe tendrá en cuenta la nota que el estudiante haya obtenido en el examen correspondiente dado que en estos se valora el aprendizaje del alumno así como la adquisición de las competencias definidas. Dado que los exámenes tienen identificadas y asignadas las competencias que se adquieren una vez superados. Por lo tanto, la parte de valoración individual se construye con la superación o no del examen y teniendo en cuenta el resto de sistemas de evaluación definidos para la materia para apoyar la valoración global de adquisición de las competencias definidas en la materia.
- **Valoración global de competencias.** Esta parte se realizará en la evaluación del Trabajo Fin de Máster. El Trabajo de Fin de Máster es la culminación de un proceso de aprendizaje que lleva la constatación, por parte del estudiante, de la adquisición de un conjunto de competencias que se deberán valorar durante la lectura y defensa del Trabajo de Fin de Máster. Los miembros del tribunal analizarán los informes de valoración individual procedentes de la primera parte del procedimiento que unirán al estudio previo de la memoria presentada por el estudiante para decidir sobre qué aspectos se insistirá durante la defensa del Trabajo de Fin de Máster para poder concluir que se han adquirido las competencias definidas en el Máster. En el acta de la defensa se incluirá de forma obligatoria una valoración individualizada sobre esta cuestión.

Además de este procedimiento, el Centro mide y analiza el progreso y los resultados del aprendizaje, de la inserción laboral, los resultados del desempeño y de la percepción de los grupos de interés sobre el cumplimiento de los compromisos adquiridos del Máster, así como, la manera de tomar decisiones a partir de resultados para la mejora continua del Título persiguiendo los siguientes objetivos:

- Comprobar los resultados del programa formativo en relación al tiempo que los estudiantes emplean para finalizar sus estudios, teniendo como referencia la duración media de los estudios, prevista en dicho programa.
- Comprobar que los resultados de aprendizaje obtenidos por los estudiantes se corresponden con los objetivos y el diseño del programa formativo.
- Comprobar que se cumplen los estándares establecidos para los indicadores cuantitativos (tasas de éxito, rendimiento, graduación, abandono y eficiencia) y cualitativos (encuestas de satisfacción e inserción laboral).

Todo ello se encuentra documentado en el Sistema de Garantía Interna de Calidad de Cela Open Institute, donde se describe cómo se recogen los datos y cómo se analizan y toman decisiones para la mejora de la calidad de las enseñanzas. En consecuencia, el Título:

- Dispone de mecanismos que permiten obtener información sobre: las necesidades y expectativas de los grupos de interés (Alumnos, PDI y PAS) en relación con la calidad del servicio prestado (especialmente con la enseñanza), los resultados del aprendizaje y la percepción de los grupos de interés del grado de cumplimiento de los compromisos adoptados.
- Posee instrumentos para la recogida de la información acerca de los resultados obtenidos por los alumnos, su inserción laboral como egresados y la satisfacción con los servicios proporcionados.
- Ha definido cómo se realiza el control, revisión periódica y mejora continua, tanto de los resultados como de la fiabilidad de los datos obtenidos.
- Ha determinado la forma de introducir mejoras en los resultados.
- Ha establecido los procedimientos documentados que regulan la toma de decisiones relacionadas con los resultados.
- Tiene identificada la forma en que los grupos de interés se implican en la medición, análisis y mejora de los resultados.
- Indica cómo se debe rendir cuentas a los grupos de interés anteriormente citados.

Antes del comienzo del curso académico se encuentra disponible en la plataforma virtual la guía docente de cada una de las asignaturas, en ellas se recoge, de forma clara, los criterios de evaluación de la asignatura y que, posteriormente, es explicada a los alumnos. Así pues la valoración y progreso de los estudiantes se realizará a través de estas por dos vías: el responsable de materia, tras la evaluación de las asignaturas, para cada estudiante elaborará un breve informe sobre el grado de adquisición de competencias asignadas en la materia, y por otro lado, durante la evaluación del Trabajo Fin de Máster los miembros del tribunal analizarán los informes de valoración antes mencionados para identificar en qué aspectos incidirán durante la Defensa por parte del estudiante con el objetivo de concluir que el estudiante ha adquirido todas las competencias definidas. El acta de Defensa del Trabajo de Fin de Máster deberá incluir de forma obligatoria una breve valoración individualizada de esta cuestión.

Además, la Comisión de Garantía de la Calidad verificará, anualmente, el cumplimiento de los criterios de evaluación del aprendizaje, recogiendo las evidencias que sean necesarias. Si se detectaran anomalías en el cumplimiento de los métodos y criterios de evaluación del aprendizaje, se hará un seguimiento en sus evaluaciones siguientes para asegurar el cumplimiento de lo recogido en la guía docente.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

Enlace http://www.coi.es/docs/Anexo2_COI_SistemaInternoGarantiaCalidad_03_06052015.pdf

Introducción

El Sistema Interno de Garantía de Calidad de COI se presenta con el fin de disponer un sistema de gestión de la calidad adaptado a nuestro funcionamiento, que nos permita una eficaz implantación del mismo para realizar un seguimiento correcto y útil de los títulos oficiales que se imparten en COI y que a su vez genere información cuantitativa y cualitativa significativa que permita tomar decisiones para la mejora de nuestros títulos y de nuestra gestión.

La estructura definida del Sistema Interno de Garantía de Calidad (SIGC) y la definición de los procedimientos que regirán su funcionamiento, así como sus correspondientes formatos de encuestas e informes, tal y como son exigidos por el RD 1393/2007 modificado por el RD 861/2010.

Este manual es fruto de la intensa reflexión interna realizada en COI sobre nuestro Sistema Interno de Garantía de Calidad y ha sido aprobado por la Junta General de COI.

Estructura del Sistema Interno de Garantía de Calidad (SIGC) de COI

El Sistema Interno de Garantía de Calidad de COI El SIGC reposa sobre la siguiente estructura:

- Comisión de Calidad de los estudios de Grado
- Comisión de Calidad de los estudios de Máster

Estas comisiones serán las responsables de:

- Gestionar y coordinar el Sistema de Garantía Interna de Calidad y realizar el seguimiento del mismo.
- Realizar el seguimiento y evaluación de los objetivos de calidad, las prácticas externas y los programas de movilidad.
- Elaborar el reglamento que regulará el funcionamiento de las Comisiones de Calidad y trasladarlo al Decanato de COI para tramitar su aprobación.
- Recoger información y evidencias sobre el desarrollo y aplicación del programa formativo de la titulación (objetivos, desarrollo de la enseñanza y aprendizaje, metodología, etc.).
- Gestionar el Sistema de Información de la titulación (información, apoyo y orientación a los estudiantes, coordinación del profesorado, recursos de la titulación, programas de movilidad, prácticas externas, etc.).
- Supervisar el cumplimiento de la política de calidad del título de acuerdo con la política de calidad de COI y con la política de calidad de la UCJC.
- Promover acciones específicas para fomentar el uso de nuevas metodologías docentes y difundir y hacer visibles las buenas prácticas en materia de calidad.

- Elaborar las directrices que permitan el desarrollo de sistemas de información sobre los objetivos, los recursos disponibles, la gestión y los resultados de la titulación dirigidos a los profesores, los estudiantes y el PAS.

Servicio Universitario de Garantía de Calidad.

El Servicio Universitario de Garantía de Calidad es la unidad responsable de recopilar y organizar la información necesaria para el funcionamiento del SIGC y el trabajo de las comisiones de calidad.

Por otra parte, y desde el punto de vista de la toma de decisiones, existen la Comisión de Seguimiento y el Decano de COI que es el responsable último de la validación de las decisiones que se tomen en la Comisión de Seguimiento tras el análisis que se realice de las propuestas revisión y de mejora que surjan de las Comisiones de Calidad.

El funcionamiento del SIGC gira alrededor del trabajo de las Comisiones de Calidad donde se monitoriza la implantación de los grados, másteres y doctorados que se imparten en COI. Estas comisiones se apoyan en el trabajo del Servicio de Garantía de Calidad que proporciona el apoyo necesario a las Comisiones de Calidad para que puedan analizar la información que se genere para cada uno de los títulos oficiales que imparte COI. La valoración que realicen las Comisiones de Calidad debe permitir realizar propuestas de revisión y de mejora que se remiten a la Comisión de Seguimiento y al Decanato de COI para su toma en consideración, cuando proceda.

Las Comisiones de Calidad, a través de la Dirección de COI, informarán a la UCJC de las diferentes propuestas de revisión y de mejora que surjan del trabajo de las Comisiones de Calidad, en caso de ser necesario.

Colectivos y grupos de interés

Los colectivos y grupos de interés implicados en el Sistema Interno de Garantía de Calidad de COI son:

- La Junta de Centro
- Las Direcciones de cada título implantado
- El profesorado
- El personal de administración y servicios
- El alumnado
- Los egresados
- Los empleadores

Comisiones de Calidad

Las Comisiones de Calidad tienen por objetivo el garantizar la aplicación de la política de calidad de COI y realizar el seguimiento de la implantación de los títulos oficiales que se imparten en COI. Esta

comisión analizará los datos proporcionados por el Servicio de Garantía de Calidad y propondrá acciones de mejora para su consideración, análisis y aprobación por parte de la Dirección de COI tras la valoración de la Comisión de Seguimiento.

Cada Comisión de Calidad estará formada por:

- Los coordinadores/directores de los títulos oficiales que correspondan en cada caso (grado, máster y doctorado),
- Los representantes de profesores (mínimo uno por título) que impartan docencia en cada título, elegidos por la Comisión de Seguimiento entre los profesores que se presenten como candidatos,
- Los representantes de los estudiantes (mínimo uno por título) elegidos por la Comisión de Seguimiento entre los estudiantes que se presenten como candidatos,
- Hasta un máximo de tres representantes del ámbito profesional de los títulos universitarios que imparte COI (cuando existan egresados algunos de estos representantes se seleccionarán de entre este colectivo) nombrados por el Director de COI de entre las propuestas que realicen los Directores de Programas una vez que se haya puesto en contacto con el egresado o profesional seleccionado para solicitar su participación en caso de ser seleccionado, y
- Un representante del personal de administración y servicios.

Las Comisiones de Calidad serán las máximas responsables de la garantía y mejora de la calidad de cada título oficial universitario que se imparta en COI, de su seguimiento y de todos aquellos procesos que conduzcan a su acreditación. Sus funciones son las siguientes:

- Interpretar los objetivos de calidad de cada título y monitorizar su grado de consecución.
- Diseñar actuaciones de revisión y de mejora para cada título como consecuencia del análisis de los datos aportados por Servicio de Garantía de Calidad, elevarlas a la Comisión de Seguimiento y al Decanato de COI para su aprobación y puesta en marcha y, en su caso, realizar su seguimiento.
- Implementar las medidas adecuadas para asegurar un adecuado conocimiento, por parte de todos los colectivos implicados y de los grupos de interés, de la política y objetivos de calidad y de las actuaciones acordadas por las Comisiones de Calidad.
- Establecer y analizar el catálogo de indicadores de calidad entre los que deberán figurar los siguientes indicadores de rendimiento académico:
 - la tasa de graduación,
 - la tasa de abandono,
 - la tasa de eficiencia,
 - la tasa de rendimiento, y
 - la duración media de los estudios.
- Analizar los resultados de las encuestas de valoración de estudiantes y profesores sobre la actividad docente.

- Analizar los resultados de las encuestas de satisfacción de todos los grupos de interés (estudiantes, profesores, personal de administración y servicios y egresados).
- Analizar las sugerencias y quejas recibidas para proponer las acciones correctivas y/o preventivas derivadas de su análisis y valoración.
- Programar y acordar la periodicidad, el alcance y la duración de la realización de las encuestas de valoración de estudiantes y profesores sobre la actividad docente, de satisfacción de los grupos de interés y de todas aquellas actuaciones que se estimen pertinentes por parte de las Comisiones de Calidad de COI.

Las Comisiones de Calidad elaborarán anualmente para cada título una Memoria de Seguimiento de la Calidad (de la información aportada por el Servicio de Garantía de Calidad) que deberá ser analizada y aprobada por el Decanato de COI tras su análisis por la Comisión de Seguimiento y posteriormente remitida por el Decanato de COI, o por el Organismo o persona en el que se delegue, a la UCJC para su consideración.

Las Comisiones de Calidad se reunirán, como mínimo, dos veces al año al inicio de cada cuatrimestre (Octubre y Febrero), con el fin de analizar el desarrollo de la implantación de los títulos que se estén impartiendo. Las reuniones se celebrarán por convocatoria del Presidente. La Comisión podrá reunirse en convocatorias extraordinarias si así lo estima conveniente el Presidente o cuando lo soliciten tres de sus miembros.

Las Comisiones de Calidad son un órgano colegiado de análisis, debate y reflexión interna sobre el desarrollo y seguimiento de los títulos oficiales y donde todos sus miembros tienen voz y voto, en caso de empate, el presidente dispondrá de voto de calidad. El Secretario de la Comisión deberá elaborar el acta de la reunión que será puesta a disposición de todos sus miembros para su conocimiento y aprobación. Los acuerdos tomados en las Comisiones deberán ser difundidos de la manera acordada por esta a través del Presidente y/o Secretario de la misma, a no ser que se haya acordado otra vía.

El Presidente de las comisiones, de grado y máster, será el Vicedecano. En ambas comisiones, el Secretario será el representante del Servicio de Garantía de Calidad en cada comisión.

El Servicio de Garantía de Calidad centralizará y sistematizará la recogida de toda la información que sea necesaria para la puesta en marcha y funcionamiento del Sistema Interno de Garantía de Calidad. Las tareas de apoyo técnico consistirán en centralizar la información procedente de los distintos títulos y colaborar en el diseño y utilización de las distintas herramientas de trabajo que para la consecución de los objetivos de calidad se propondrán, desde las Comisiones de Calidad a la Comisión de Seguimiento y al Decano de COI.

En particular esta Unidad prestará toda la ayuda técnica necesaria para la realización de encuestas de satisfacción a todos los colectivos y grupos de interés implicados, en la obtención de datos para evaluar la

inserción laboral y determinará, siguiendo las instrucciones de cada Comisión de Calidad, los valores de los indicadores sobre matrícula, rendimiento académico, etc.

- Las fuentes de información que se utilizarán en las Comisiones de Calidad serán las siguientes:
- Las memorias de verificación.
- Las guías docentes.
- Los indicadores de rendimiento académico.
- Los resultados de las encuestas de valoración sobre la actividad docente realizadas a los estudiantes.
- Los resultados de las encuestas de satisfacción realizadas a los grupos de interés.
- Los informes de valoración de los profesores sobre su actuación docente.
- Los resultados de los análisis de inserción laboral de los egresados.
- La información recogida de las quejas y/o sugerencias.
- Las actas de las reuniones de la Comisión de Seguimiento.

Los miembros que formen parte de los órganos antes mencionados serán nombrados por un período mínimo de un año, o cuando proceda, por el período estipulado en la convocatoria correspondiente, sin perjuicio de otras renovaciones que, en su caso, procedan. Los nombramientos serán realizados por el Decano de COI.

En caso que el colectivo de profesores o el colectivo de estudiantes de un título no consiga nombrar a sus representantes en la Comisión de Calidad correspondiente le corresponde al Decano de COI el nombramiento por 1 año de ese miembro en la Comisión de Calidad.

Estos órganos mantendrán reuniones periódicas tal y como antes se ha indicado y éstas deberán estar debidamente documentadas y ser convenientemente publicitadas.

PROCEDIMIENTOS DEL SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE CALIDAD

P1_Procedimiento relativo a la política y objetivos de calidad

La política de calidad de COI implica el compromiso explícito de COI con el desarrollo de una cultura que reconozca tanto la importancia de la calidad en el ámbito de la formación y del sistema que avale su garantía como la necesidad del diseño, la implantación y el seguimiento de una estrategia para la mejora continua de los títulos.

La política de calidad está formalizada, disponible públicamente en la web y en los tabloneros de anuncios y es conocida por el personal de COI, por el profesorado, por los estudiantes y por los grupos de interés y ha sido aprobada por el Decanato de COI. Los objetivos de calidad están en consonancia con la política de calidad y son aprobados por el Decano de COI, y revisados anualmente, al igual que la política de calidad, por las Comisiones de Calidad.

El SIGC es conocido por el personal de COI y su definición y reglas de funcionamiento son de acceso general para todos los grupos de interés. Cualquier cambio en su definición o reglas de funcionamiento será comunicado y difundido a todo el personal para su conocimiento y aplicación.

P2_Procedimiento para la evaluación de la enseñanza y el profesorado.

COI con este procedimiento busca la mejora de la calidad de la enseñanza y de su profesorado manteniendo o mejorando aquellos aspectos de su oferta formativa que repercuten directamente en la calidad de cada título.

A través de esta evaluación se persigue establecer un diagnóstico anual de situación valorando los resultados formativos que se obtienen en cada titulación en relación con los objetivos fijados y los métodos establecidos para el aprendizaje de los estudiantes.

El Servicio de Garantía de Calidad prepara la información sobre la que se fundamentará la evaluación de la docencia que es responsabilidad de las Comisiones de Calidad. La información que este Servicio debe proporcionar al menos anualmente para cada título a las Comisiones de Calidad datos sobre:

- El catálogo de indicadores de calidad (entre los que deberán figurar las tasas de graduación, abandono, eficiencia y rendimiento junto con la duración media de los estudios).
- La distribución de calificaciones finales en cada asignatura.
- Los resultados de las encuestas de valoración sobre la actividad docente realizadas a los estudiantes.
- Los informes de valoración de los profesores sobre su actuación docente y el informe del responsable académico.
- Los resultados de las encuestas de satisfacción realizadas a los grupos de interés.

- Los resultados de las encuestas de valoración respecto de las prácticas externas (realizadas a estudiantes y tutores).
- Los datos relativos a la inserción laboral y a la empleabilidad de los graduados o egresados.
- Los datos relativos a la matrícula de los estudiantes de nuevo ingreso.
- La estructura y características del profesorado y del personal de apoyo.

Con la información proporcionada por el Servicio de Garantía de Calidad, cada Comisión de Calidad, para cada curso académico, analizará y valorará la satisfacción de las actividades formativas utilizadas y de los sistemas de evaluación aplicados en relación con los resultados formativos obtenidos. Asimismo cada Comisión de Calidad prestará especial atención, para cada título, a la difusión realizada, a los planes de acogida y tutorización de los estudiantes, a la coordinación del profesorado, a la orientación formativa a los estudiantes, a la información proporcionada sobre las salidas profesionales de los graduados/egresados y a los recursos e infraestructuras que se han utilizado.

La evaluación de la mejora de la calidad del profesorado deberá considerar de forma explícita las siguientes cuestiones:

- La satisfacción de la actuación docente de los profesores tanto a los requisitos de COI como a las necesidades de los estudiantes.
- La reflexión sobre la propia práctica docente, la innovación y la mejora continua de la misma.
- La eficacia en el logro de los objetivos formativos y en el empleo de los recursos para la consecución de estos
- La búsqueda de la satisfacción de los grupos de interés.

Los informes anuales realizados por las Comisiones de Calidad incluirán de forma obligada planes de revisión y de mejora que resuelvan los problemas detectados y aprovechen aquellas oportunidades de mejora que surjan del estudio realizado. Estos planes de mejora, para su análisis y aprobación, serán remitidos por el Presidente de cada Comisión de Calidad a la Comisión de Seguimiento que propondrán, cuando proceda, su ratificación al Decanato para su posterior envío a la UCJC para su análisis y control.

Las Comisiones de Calidad son los responsables del seguimiento de la ejecución de los planes de mejora.

Las Comisiones de Calidad, tras el análisis realizado sobre toda la información disponible, podrá proponer, siempre de forma razonada, cambios en el profesorado cuya aprobación es competencia del Decanato.

El informe anual que las Comisiones de Calidad realizarán sobre cada título será difundido al personal de COI para su conocimiento así como a los grupos de interés que se estime oportuno pero que obligatoriamente incluirán a los estudiantes y al profesorado.

P3_Procedimiento para la recogida de la valoración sobre la docencia por parte de los estudiantes y de los profesores.

La evaluación de la calidad del profesorado y de su actuación docente utilizará la valoración que realicen estudiantes sobre la docencia recibida, la valoración que realicen los profesores sobre la docencia impartida y el informe que realice el coordinador de cada título sobre el desarrollo de cada curso académico.

Los instrumentos específicos sobre los que se basará la evaluación de la calidad del profesorado y de su actuación docente, que son responsabilidad de la Unidad Técnica de Calidad, son los siguientes:

- Valoración de los estudiantes. Esta valoración se basará en la cumplimentación de una serie de cuestionarios por parte de los estudiantes. Estos cuestionarios tienen como finalidad recoger la valoración de los estudiantes sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje e incluye una valoración sobre la actuación docente de sus profesores. Para cada asignatura y tras la finalización de la impartición de la docencia de la misma cada estudiante cumplimentará un cuestionario donde valorará la asignatura en su conjunto y la actuación docente de cada profesor.
- Valoración de los docentes. Los informes que deben realizar los profesores tienen como objetivo recoger su valoración sobre el programa del título y sobre la docencia impartida. Esta valoración sirve como instrumento para la reflexión del docente sobre la labor realizada, así como para contextualizar los resultados formativos obtenidos junto con la valoración que realicen los estudiantes.
- Valoración del director del programa. El director de programa de cada título deberá realizar una valoración global del desarrollo del curso académico centrando la atención en la coordinación, en los resultados obtenidos, en las deficiencias detectadas y en las que, a su juicio, pueden ser las oportunidades de mejora. El director de programa, antes de realizar su informe, recabará la valoración que sobre el desarrollo del título tengan los responsables de cada una de las materias, si los hubiera.

P4_Procedimiento para garantizar la calidad de las Prácticas Externas

Los estudiantes que cursen prácticas externas deberán tener asignado un tutor dentro de la empresa o institución donde desarrollen las prácticas para orientarlo y evaluar el desempeño de sus funciones durante el periodo que duren las prácticas.

Se realizará anualmente, el seguimiento y evaluación de las prácticas externas que permita su revisión y mejora continua mediante propuestas que surjan del análisis que realice cada Comisión de Calidad de la información que se detalla a continuación y que recogerá y organizará el Servicio de Garantía de Calidad:

- Solicitud de informes individuales a los estudiantes participantes en las prácticas externas, en los que se especifiquen los siguientes parámetros:
 - grado de adecuación de la actividad realizada respecto a las previsiones ofertadas por el título,

- grado de satisfacción de los estudiantes participantes, y
 - grado de satisfacción respecto a la gestión de la actividad por parte de los responsables del título.
- Solicitud de informes a tutores externos de las prácticas externas en los que se especifiquen los siguientes parámetros:
- grado de cumplimiento de las actuaciones previstas en las prácticas externas
 - grado de cumplimiento de las actuaciones previstas en las prácticas externas y propuestas de mejora.

Cada Comisión de Calidad valorará y analizará toda esta información sobre las prácticas externas una vez que un grupo de un mismo título haya finalizado las prácticas y, en base a este análisis emitirá propuestas de revisión y mejora del plan de estudios de la titulación con el objetivo de lograr una mejora continua en la calidad de las prácticas externas y en el cumplimiento de sus objetivos. Estas propuestas serán remitidas al Coordinador Académico de cada título para su consideración.

P5_Procedimiento de evaluación de la calidad de los programas de movilidad

Los programas de movilidad de COI se gestionarán a través del Decanato y permiten a los estudiantes de grado cursar un período de formación internacional en alguna de las opciones disponibles a través de los diferentes acuerdos de colaboración que mantiene COI.

En el caso de los másteres, al tratarse de programas de un año de duración, no hay demanda de movilidad.

La gestión de la movilidad de estudiantes se hace a dos niveles:

- Gestión Centralizada que se realiza desde el Decanato donde se informa y asesora a la comunidad universitaria sobre los diferentes programas internacionales de cooperación en el ámbito de la educación superior, se coordina la puesta en marcha y el desarrollo de las acciones internacionales de formación en las que participa COI y se gestionan los programas de movilidad de los estudiantes.
- Gestión Descentralizada. Son tareas que se llevan en el propio centro: tareas administrativas (trámites de matrícula, inclusión de calificaciones en actas de examen, etc.), tareas académicas a cargo del Director de Grado correspondiente, que actúa como tutor de los estudiantes y es el primer enlace del alumno de intercambio con COI.

Se realizará un seguimiento y evaluación de los programas de movilidad que permita su revisión y mejora continua mediante propuestas que surjan del análisis que realice la Comisión de Calidad de Grado de la información que surja de los cuestionarios de satisfacción del alumno con el programa de movilidad y del informe del Director del Programa. La información será recogida y organizada por el Servicio de Garantía de Calidad.

P6_Procedimiento relativo al análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción de los actores implicados en las titulaciones

La información sobre la valoración global y sobre aspectos específicos de los títulos se obtendrá anualmente mediante encuestas que serán realizadas a los distintos colectivos implicados (estudiantes, profesorado, personal de administración y servicios y graduados/egresados) en el correspondiente curso académico, pudiendo realizarse a través de medios informáticos. Además se podrán incluir otros instrumentos de consulta sobre la satisfacción de otros grupos de interés como los empleadores.

COI realizará un análisis de la inserción laboral de sus egresados a los dos años de finalización de los estudios realizados a través de un cuestionario en formato electrónico. Este análisis será realizado por la Comisión de Calidad correspondiente, una vez que los datos han sido tratados por el Servicio de Garantía de Calidad.

El Servicio de Garantía de Calidad será el responsable de remitir y recopilar los cuestionarios de satisfacción con el programa formativo a los estudiantes, profesorado, personal de administración y servicios y graduados/egresados.

El Servicio de Garantía de Calidad realizará el análisis de los cuestionarios y elaborará un informe de satisfacción que recogerá tanto la información cuantitativa como cualitativa que favorezca el estudio y realización, por parte de las Comisiones de Calidad, de propuestas que reviertan en la mejora del título.

P7_Procedimiento relativos a la gestión de sugerencias y quejas

El Sistema Interno de Garantía de Calidad, prevé la posible presentación de quejas y/o sugerencias por cualquier persona o grupos de personas que se encuentren vinculadas a los títulos de COI. El buzón de quejas y sugerencias está disponible en la web de COI. También pueden presentarse las sugerencias y/o quejas por cualquier otro medio.

Las quejas y/o sugerencias podrán ser realizadas por los estudiantes por cualquier causa que consideren relevante comunicar a COI en relación al título oficial que están cursando. Las sugerencias y/o quejas serán remitidas al Servicio de Garantía de Calidad para analizar su naturaleza y proceder a su clasificación y distribución al servicio implicado que deberá proporcionar la respuesta o acción consecuencia de dicha queja y/o sugerencia. La Comisión de Calidad correspondiente realizará un análisis de las quejas y/o sugerencias recibidas: naturaleza, solución aportada, etc. La Comisión podrá realizar propuestas de mejora respecto del tratamiento que se da a las sugerencias y quejas, en caso de ser necesario, que se elevarán al Decano de COI para su aprobación o no.

P8_Procedimiento relativo a la distribución de la información del SIGC de la titulación

Como consecuencia del compromiso de COI con la calidad de la formación que ofrece a sus estudiantes y con la transparencia y la rendición de cuentas, COI a través del Servicio de Garantía de Calidad publicará de forma periódica en la página web de COI la información más relevante sobre el funcionamiento de su Sistema Interno de Garantía de Calidad, incluyendo tanto sus informes anuales, o resúmenes de estos, como los datos cuantitativos más relevantes que los sustentan.

La información deberá figurar en el apartado de garantía de calidad que se encuentra disponible para cada título en la página web de COI.

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
Curso de inicio	2016-2017
<i>Ver Apartado 10: Anexo 1.</i>	
10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
Procedimiento de adaptación de los estudiantes, en su caso, de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios: No aplica	
10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
Ninguna	
Código	Estudio-Centro
No	No