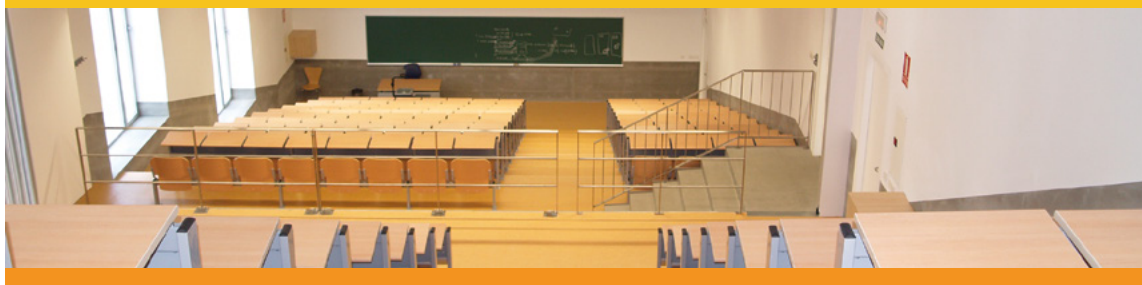
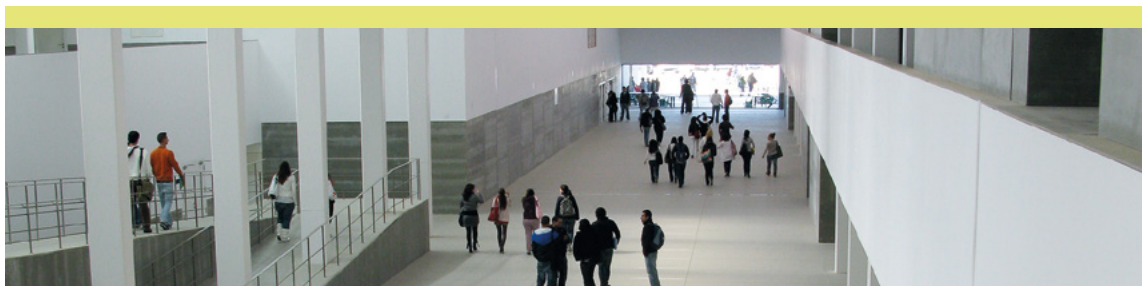




Facultad de Comercio y Gestión

MEMORIA ANUAL
2013/14



Índice

PRESENTACIÓN

05

Francisco Cantalejo García,
Decano de la Facultad de Comercio y Gestión

ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA FACULTAD

08

Equipo Decanal
Coordinadores de Facultad
Junta de Facultad

COMISIONES DE LA FACULTAD

10

Ordenación Académica
Calidad
Convalidaciones, adaptaciones y equivalencias
Reconocimientos de créditos

MIEMBROS EN LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA UMA

12

Claustro de la UMA
Consejo de Gobierno de la UMA
Comisiones
Coordinadores

13

REUNIONES

14

ACUERDOS DE LA JUNTA DE FACULTAD

18

SISTEMA DE GARANTÍA DE LA CALIDAD E INDICADORES

VICEDECANATOS

30

Vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado
Vicedecanato de Calidad, Sostenibilidad y Cultura
Vicedecanato de Investigación y Relaciones Externas
Vicedecanato de Alumnos y Cooperación Empresarial
Vicedecanato de Infraestructura y Asuntos Económicos

DEPARTAMENTOS Y PROFESORADO

Departamentos que imparten docencia

Profesores que impartieron docencia en el curso académico 2013/14

Profesores adscritos a la Facultad

36

PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Secretaría

Gestión económica

Conserjería

Aulas de informática

Biblioteca

Mantenimiento

44

SERVICIOS

Biblioteca

Secretaría

Conserjería

Aulas de informática

Mantenimiento

45

TÍTULOS DE LA FACULTAD

Programa de Doctorado y Máster

Másters, Expertos y Títulos Propios

55

TESIS DOCTORALES LEÍDAS

82

PROGRAMA DE PRÁCTICAS

Informe de prácticas

Empresas pertenecientes al programa de prácticas

92

PROGRAMAS DE MOVILIDAD

99

PRESENCIA DE LA FACULTAD EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES

101

GALERÍA DE IMÁGENES DEL CURSO 2013/2014

105





Francisco Cantalejo García
Decano de la Facultad de Comercio y Gestión.

Presentación

Un año más tenemos la satisfacción de presentaros la memoria del 2013/14 de la Facultad de Comercio y Gestión. El curso académico comenzó con 1.917 alumnos matriculados, de los cuales 1.373 lo hicieron en los grados de Marketing e Investigación de Mercado, y Gestión y Administración Pública, lo que supone el cuarto año de crecimiento sostenido desde su creación.

A la consolidación de los estudios como una oferta competitiva e innovadora, hemos de sumarle este año la aprobación del Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital, que se pondrá en marcha el próximo curso, suponiendo una salida académica y profesional de primer nivel para nuestros alumnos.

Al igual que otros años, han sido muchos los eventos realizados, entre los que destacamos los llevados a cabo en colaboración con el Club de Marketing bajo el nuevo formato de formación denominado MarTech, como Storytelling con prezi, digital business, más allá de facebook y twitter, aprende a crear tu propio blog con wordpress, el taller de creación de marca con Lego, o el café ideas.



Todos ellos con contenido y metodología de enseñanza-aprendizaje innovadora y que han despertado gran interés entre los alumnos.

La semana cultural en el día del patrón ha supuesto un año más un interesante encuentro y un buen momento para acercar a los alumnos a la cultura y el conocimiento. En primer lugar, el ya tradicional seminario “Acercado la universidad a la empresa” en colaboración con la Confederación de Empresarios de Málaga y el Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo de la Universidad de Málaga. En segundo lugar, las Jornadas de Capital intelectual, en colaboración con el Instituto Municipal para la Formación y el Empleo (IMFE), donde destacó la conferencia “La fe es un concepto rentable”, impartida por Daniel Landa y José Luis Feliú, creadores de la serie documental ‘Un mundo aparte’, emitida por TVE2. Además de el Seminario de Marketing titulado “Marketing: Nuevos retos ante un entorno de crisis” y el Concurso para la Creación de los Logotipos de los dos Grados del Centro.



Por otra parte, los títulos propios de la Facultad se consolidan, estos son el XI Graduado propio de Estudios Inmobiliarios, el XII Master y Experto en Marketing de Negocios. A su vez se crean cursos de especialización que suponen un complemento a la formación reglada, como los cursos de especialización: Diseño gráfico, social media y marketing online y CRM como herramienta de marketing.

El curso terminó con el acto de graduación de la 1ª promoción de la Facultad, donde a 35 alumnos del Grado en Gestión y Administración Pública, y 165 del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, se les impuso las becas y recibieron un Diploma acreditativo. No cabe duda que supone un hito histórico, un momento de orgullo y gran satisfacción para todos los alumnos que ven culminados sus estudios, y para el equipo de la Facultad, constituido por el personal de administración servicios y la plantilla de profesores, viendo así finalizado en cada uno de ellos este proyecto formativo.

Órganos de Gobierno de la Facultad de Comercio y Gestión

EQUIPO DECANAL

Decano

Don Francisco Cantalejo García

Secretaria Académica

Doña Eugenia M^a Cruces Pastor

Vicedecana de Ordenación Académica
y Profesorado

Doña Rosario Cenizo Rodríguez

Vicedecana de Calidad, Sostenibilidad
y Cultura

Doña Eva M^a González Robles

Vicedecana de Investigación y Relaciones
Internacionales Externas

Doña María del Mar Muñoz Martos

Vicedecano de Alumnos y Cooperación
Empresarial

Don Benjamín del Alcázar Martínez

Vicedecano de infraestructura
y Asuntos Económicos

Don Salvador Molina Ruiz

Vicesecretario Académico

Don Alberto A. López Toro

Secretaria del Decano

Doña Mercedes Vega Moreno

COORDINADORES DE CENTRO

Grado de Marketing
e Investigación de Mercados

Doña Barbara Díaz

Grado de Gestión y Administración
Pública

Doña M^a José Luna Jiménez

Trabajo de fin de Grado de Marketing
e Investigación de Mercados

Doña Pilar Alarcón Urbistondo

Trabajo de fin de Grado de Gestión
y Administración Pública

Doña M^a José Valencia Quintero

COORDINADOR DE RELACIONES INTERNACIONALES Y MOVILIDAD

Doña M^a del Mar Muñoz Martos

Coordinadores Académicos Erasmus

Doña M^a del Mar Muñoz Martos

Doña Fuensanta Galindo Reyes

Doña Trinidad Gómez Núñez

Doña Eva María González Robles

Don Benjamín del Alcázar Martínez

Doña Pilar Alarcón Urbistondo

Doña Mónica Hernández Huelin

Doña Francisca Miguel García



Doña M^a Amparo Bentabol Manzanares
Coordinador de Movilidad para
la cooperación para el Desarrollo
Don Alberto A. López Toro

JUNTA DE FACULTAD

PERSONAL DOCENTE E INVESTIGADOR

Profesorado con vinculación permanente

Don Benjamín Del Alcázar Martínez
Doña Amparo Bentabol Manzanares
Don Francisco Cantalejo García
Don Antonio Casquero Tomás
Doña M^a Rosario Cenizo Rodríguez
Doña Eugenia M^a Cruces Pastor
Doña M^a Esther Cruces Pastor
Doña Fuensanta Galindo Reyes
Don Miguel Gallego Pascual
Doña Trinidad Gómez Núñez
Don Francisco González Gomila
Doña Eva M^a González Robles
Don Alberto A. López Toro
Don Salvador Molina Ruiz
Don Sebastián Morales Gallego
Don Francisco Moreno Lorente
Doña M^a Del Mar Muñoz Martos

Profesorado sin vinculación permanente

Don Antonio Cobo Jiménez
Don Antonio Toré Martín
Doña M^a Luisa Vallespín Arán

PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Doña M^a Antonia Cervantes Galindo
Doña Luisa Cordero Carreras
Doña Ana Gordillo García

ALUMNADO

Don Alejandro de Andrés Sánchez
Don Álvaro Fernández Gómez
Doña Elena Márquez Fernández
Doña Xenia María de Olozaga Fernández
Doña Laura Otero Rojo
Don Juan José Rodríguez Cortés
Doña Mónica Roldán Montes
Don Pedro Carlos San Juan García

Comisiones de la Facultad

ORDENACIÓN ACADÉMICA

Don Francisco Cantalejo García
Doña Rosario Cenizo Rodríguez
Don Francisco Moreno Lorente
Don Salvador Molina Ruíz
Doña Amparo Bentabol Manzanares
Doña M^a Antonia Cervantes Galindo
Doña Carla Urbano Arnáiz
Don Adrian Zambrana Ruíz
Doña Cristina Sibajas Ortuño

COMISIÓN DE CALIDAD

Don Francisco Cantalejo García
Doña Eva M^a González Robles
Doña Barbara Díaz Díez
Doña Blanca Sánchez Rosado
Doña M^a José Luna Jiménez
Doña M^a Antonia Fernández Galindo

CONVALIDACIONES, ADAPTACIONES Y EQUIVALENCIAS

Diplomatura Empresariales
Doña Amparo Bentabol Manzanares
Doña Rosario Cenizo Rodríguez
Don Ignacio Cruz Padial
Doña M^a Esther Cruces Pastor
Doña Lucía Martín Rivera
Don Juan Carlos Pérez García
Don Antonio Antúnez Torres
Don Carlos José Rivas Sánchez
Don Francisco Moreno Lorente
Doña Eva González Robles
Doña Eugenia M^a Cruces Pastor
Doña María Dolores Benítez Márquez
Doña Inmaculada Pineda Hernández
Don Rafael Becerra Vicario
Don José del Campo Ávila
Don Ángel Torrico González
Doña Elena Ruiz Romero De La Cruz
Don José Francisco Grana López

Diplomatura de Gestión y Administración Pública

Don Rafael Caparrós Valderrama
Doña Elena García Rico
Doña María José Valencia Quintero
Doña Rosario Cenizo Rodríguez
Don Javier Trujillo Pérez
Don José Fernando Troyano Pérez
Don Francisco Vila Tierno
Doña Belén Bahía Almansa
Doña Mercedes Cordones Ramírez
Don Emilio Lecuona Prats
Doña María Luisa Gómez Jiménez
Don Jesús Sánchez Fernández
Don Sebastián Morales Gallego
Don Jesús Salvador Gómez Sala
Don José Antonio Jiménez Quintero
Doña María Dolores Gutiérrez Navas
Don José Pino Díaz
Don Manuel Fernández Bertoa
Don Antonio J. Morales Siles

RECONOCIMIENTOS DE CRÉDITOS

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Doña Eva M^a González Robles
Doña Concepción Campos Luque
Don José Francisco Grana López
Doña Rosario Cenizo Rodríguez
Don Ángel Torrico González
Doña Rocío Caña Palma
Doña Eugenia M^a Cruces Pastor

Don Francisco Moreno Lorente
Don Rafael Becerra Vicario
Doña M^a Cruz Mayorga Toledano
Don Antonio Casquero Tomás
Doña Inmaculada Pineda Hernández
Don José Antonio Onieva González
Don Antonio González Hernández
Don Marcial García López

Grado en Gestión y Administración Pública

Don José Francisco Grana López
Don Rosario Cenizo Rodríguez
Don Rafael Durán Muñoz
Doña M^a José Valencia Quintero
Doña M^a Dolores Sarrión Gavilán
Don Antonio Casquero Tomás
Don José Antonio Onieva González
Don Ricardo Pagán Rodríguez
Doña Eva M^a González Robles
Don Juan Francisco Zambrana Pineda
Don Alberto Ruiz Ojeda
Don José Fernando Troyano Pérez
Don Alberto Antonio López Toro
Don Ana Almansa Martínez
Don José Pino Díaz
Don Belén Bahía Almansa
Don Ángel Torrico González
Don Elena Del Mar García Rico
Don Emilio Lecuona Prats
Don Antonio García Lizana
Doña Paz Romero Pardo

Miembros en los Órganos de la Universidad de Málaga

CLAUSTRO DE LA UMA

Profesores:

Don Francisco Cantalejo García

Doña Rosario Cenizo Rodríguez

Don Francisco Ruiz de la Rúa

Alumnos:

Dña. Blanca Sánchez Rosado

D. Rafael Macías Veladez

Dña. Cristina Romero Salazar

D. Pedro Carlos Sanjuán García

Dña. Elena Márquez Fernández

CONSEJO DE GOBIERNO

Don Francisco Cantalejo García

COMISIÓN DE POSTGRADO

Doña Trinidad Gómez Núñez

COMISIÓN DE INVESTIGACIÓN

Doña M^a del Mar Muñoz Martos





Reuniones

JUNTA DE CENTRO

23 de octubre de 2013 (ordinaria)
18 de diciembre de 2013 (ordinaria)
1 de abril de 2014 (ordinaria)
22 de abril de 2014 (extraordinaria)
25 de junio de 2014 (ordinaria)

COA

Reunión Ordinaria

CONVALIDACIONES, ADAPTACIONES Y EQUIVALENCIAS

Reunión Ordinaria

CONSEJO DE GOBIERNO

Sesión de 25 de octubre de 2013
Sesión de 16 de diciembre de 2013

Sesión de 24 de febrero de 2014
Sesión de 7 de abril de 2014
Sesión de 29 de mayo de 2014
Sesión de 19 de junio de 2014
Sesión de 15 de julio de 2014

CLAUSTRO

Sesión de 20 de diciembre de 2013
Sesión de 30 de mayo de 2014

GARANTÍA DE LA CALIDAD

Reunión del 17 de septiembre de 2013
Reunión del 20 de febrero de 2014
Reunión del 20 de junio de 2014

Acuerdos de la Junta de Centro

RESUMEN DE LOS ACUERDOS DE JUNTA DE CENTRO DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA, celebrada en sesión extraordinaria el día 26 de noviembre de 2012 a las 10:30 h. en primera convocatoria y 11:00 h. en segunda, en la Sala de Juntas de esta Facultad, con el siguiente orden del día:

1) Aprobación, si procede, de la memoria de verificación del Doctorado en Economía y Empresa.

Se aprueba la Memoria de verificación del Doctorado en Economía y Empresa.

RESUMEN DE LOS ACUERDOS DE JUNTA DE CENTRO DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA, celebrada en sesión ordinaria el día 19 de diciembre a las 10:30 h en primera convocatoria y 11:00 h. en segunda, en la Sala de Juntas de esta Facultad, con el siguiente orden del día:

1. Lectura y aprobación de las actas de las sesiones anteriores.
2. Informe del Decano.
3. Asuntos de trámite.
4. Ruegos y preguntas.

- Hay que realizar algunas modificaciones en la programación docente por parte del Centro. Hay que poner fecha a los exámenes de las Diplomaturas de Empresariales y de Gestión y Administración Pública y rectificar las fechas de los exámenes de junio, al ser festivo el 18 de junio y celebrarse en el Centro los exámenes de Selectividad.

- Los coordinadores de Grado del Centro son:

Grado en Marketing e Investigación de Mercados: Doña Bárbara Díaz Díez

Grado en Gestión y Administración Pública: Doña M^a José Luna Jiménez.

RESUMEN DE LOS ACUERDOS DE JUNTA DE CENTRO DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA, celebrada en sesión ordinaria el día 20 de marzo de 2013 a las 10:30 h. en primera convocatoria y 11:00 h. en segunda, en la Sala de Juntas de esta Facultad, con el siguiente orden del día:

1. Lectura y aprobación del acta de la sesión anterior.
2. Informe del Decano.
3. Aprobación, si procede, del reglamento de los Trabajos Fin de Grado.
4. Aprobación, si procede, de la Memoria de Garantía de Calidad.
5. Renovación de la Comisión de Garantía de Calidad del Centro
6. Elección de los representantes de la subcomisión de Relaciones Internacionales de la Facultad.
7. Aprobación del plan de actuación para la orientación (PC10).
8. Liquidación del presupuesto de 2012.
9. Aprobación, en su caso, del presupuesto de 2013.
10. Asuntos de trámite.
11. Ruegos y preguntas.

Se acuerda:

1. Aprobar el reglamento de los Trabajos Fin de Grado.
2. Aprobar la Memoria de Garantía de Calidad.
3. Renovar la Comisión de Garantía de Calidad del Centro. Queda constituida por:

Presidente: Don Francisco Cantalejo García

Secretaria: Doña Eva González Robles

Vocal Grado en Marketing e Investigación de Mercados: Doña Bárbara Díaz Díez

Vocal Grado en Gestión y Administración Pública: Doña M^a José Luna Jiménez

Vocal Sector Estudiante: Doña Blanca Sánchez Rosado

Vocal Sector PAS: Doña Antonia M^a Cervantes Galindo

4. Elección de los representantes de la subcomisión de Relaciones Internacionales de la Facultad.

Vocal Sector Estudiante: Doña Elena Márquez Fernández

Vocal Sector PAS: Doña Antonia M^a Cervantes Galindo

5. Se aprueba el plan de actuación para la orientación (PC10).
6. Se aprueba la liquidación del presupuesto de 2012.
7. Se aprueba el presupuesto de 2013.

RESUMEN DE LOS ACUERDOS DE JUNTA DE CENTRO DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA, celebrada en sesión ordinaria el día 25 de junio de 2013 a las 11:30 h. en primera convocatoria y 12:00 h. en segunda, en la Sala de Juntas de esta Facultad, con el siguiente orden del día:

1. Lectura y aprobación del acta de la sesión anterior.
2. Informe del Decano.
3. Aprobación, si procede, de la programación docente del curso académico 2013/14.
4. A propuesta del Decano, si procede, nombramiento del Coordinador del Trabajo. Fin de Grado del Grado de Marketing e Investigación de Mercados.
5. A propuesta del Decano, si procede, nombramiento del Coordinador del Trabajo. Fin de Grado del Grado de Gestión y Administración Pública.
6. Aprobación, si procede, del Reglamento de Prácticas Curriculares del Centro.
7. Asuntos de trámite.
8. Ruegos y preguntas.

Se acuerda:

1. Aprobar la Programación docente del curso académico 2013/14 (a falta de algunas guías docentes).
2. Nombrar a la profesora doña Pilar Alarcón Urbistondo Coordinadora del Trabajo Fin de Grado del Grado de Marketing e Investigación de Mercados.
3. Nombrar a la profesora doña Ma José Valencia Quintero Coordinadora del Trabajo Fin de Grado del Grado de Gestión y Administración Pública.
4. Aprobar el Reglamento de Prácticas Curriculares del Centro.

RESUMEN DE LOS ACUERDOS DE JUNTA DE CENTRO DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN celebrada en sesión extraordinaria el día 18 de julio de 2013 a las 12:00 horas en primera convocatoria y 12:30 horas en segunda, en la Sala de Juntas de esta Facultad, con el siguiente orden del día:

1. Aprobación, si procede, de las modificaciones sugeridas por la Comisión de Ordenación Académica de la Universidad de Málaga, sobre el Reglamento de Trabajo fin de Grado de la Facultad de Comercio y Gestión.

Se aprueban las modificaciones sugeridas por la Comisión de Ordenación Académica de la Universidad de Málaga, sobre el Reglamento de Trabajo fin de Grado de la Facultad de Comercio y Gestión.

Sistema de Garantía de la Calidad e Indicadores

La Comisión de Garantía de la Calidad redacta y presenta la memoria anual de seguimiento del Sistema de Garantía de Calidad de la Facultad de Comercio y Gestión, del año 2013/14. En ella analiza los resultados del Sistema de Garantía de Calidad, así como la identificación de los puntos fuertes, el análisis del cumplimiento de objetivos propuestos, y de las acciones de mejora planteadas para su consecución, y plantea los nuevos objetivos de calidad para el año 2014/15, así como las acciones de mejora necesarias para su consecución. La memoria completa se encuentra en la web del centro. A continuación recogemos un resumen de los principales apartados.

CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE CALIDAD DEL CURSO 2013-14:

- **Incrementar la oferta de destinos de movilidad para el alumnado de la Facultad de Comercio y Gestión:** se establecen contactos con nuevas instituciones extranjeras con el fin de aumentar los destinos de movilidad a ofertar al alumnado de la Facultad de Comercio y Gestión. El número de destinos se aumenta en 22 destinos nuevos, pasando de 23 a 55 los destinos ofertados.
- **Desarrollo de nuevos espacios para la docencia:** Se crean dos nuevas aulas destinadas a la docencia.
- **Dotación de las nuevas aulas con la tecnología y los medios necesarios:** Se equipan con los materiales y la tecnología necesaria para la docencia.
- **Incrementar la oferta de prácticas en empresas:** Se firman 65 nuevos acuerdos con empresas en las que el alumnado puede realizar sus prácticas curriculares.

NUEVOS OBJETIVOS PARA EL CURSO 2014-15:

Para el curso 2014/15, la Facultad de Comercio y Gestión se plantea los siguientes objetivos de calidad:

- Creación de un espacio-comedor, provisto de microondas y mobiliario, para que el alumnado pueda comer la comida que trae de su domicilio.
- Incremento de la oferta de formación extra curricular para el Grado en Gestión y Administración Pública.
- Creación de un sistema que permita la metaevaluación de las competencias estudiantiles.

NUEVAS ACCIONES DE MEJORA PARA EL CURSO 2014-15:

Para la consecución de los objetivos planteados para el curso 2014-15 se proponen las siguientes acciones de mejora:

- Creación de un espacio-comedor, provisto de microondas y mobiliario, a disposición del alumnado.
- Creación de un sistema, a través de un gestor de encuestas on-line, que permita la metaevaluación de las competencias de los estudiantes.
- Incremento de la oferta de formación extra curricular para el Grado en Gestión y Administración Pública, con jornadas, charlas y seminarios específicos para los estudiantes de la menciona titulación.

Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

A continuación se exponen los indicadores que conforman el SGC, agrupados en indicadores CURSA, indicadores de satisfacción del centro y resto de indicadores del SGC, relativos al Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

INDICADORES CURSA					
Denominación del indicador	Código	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Tasa de graduación (porcentual)	INo3	No procede hasta 2014/2015	No procede hasta 2014/2015	No procede hasta 2014/2015	No procede hasta 2014/2015
Tasa de abandono (porcentual)	INo4	No procede hasta 2012/2013	No procede hasta 2012/2013	16,53	14,05
Tasa de eficiencia (porcentual)	INo5	No procede hasta 2014/2015	No procede hasta 2014/2015	No procede hasta 2014/2015	No disponible
Tasa de rendimiento (porcentual)	IN27	59,01	60,77	70,24	71,82
Tasa de éxito (porcentual)	IN28	72,85	75,05	81,13	82,2

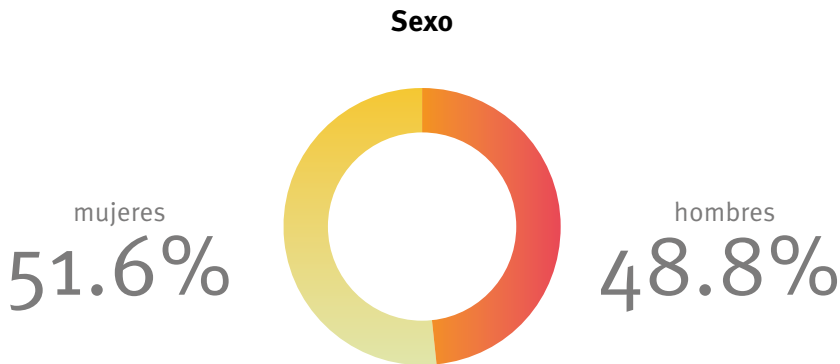
INDICADORES DE SATISFACCIÓN DEL CENTRO					
Denominación del indicador	Código	2010/ 2011	2011/ 2012	2012/ 2013	2013/ 2014
Nivel de satisfacción de los estudiantes con el proceso de selección, admisión y matriculación (escala 1-5)	IN19	3,63	3,44	3,46	3,36
Nivel de satisfacción de los estudiantes con las actividades de orientación (escala 1-5)	IN24	SD	2,32	3,2	3,38
Grado de cumplimiento de la planificación (escala 1-5)	IN26	3,81	3,82	3,89	3,94
Satisfacción del alumnado con los sistemas de evaluación (escala 1-5)	IN29	3,63	3,66	3,66	3,75
Grado de satisfacción de los alumnos que participan en programas de movilidad (enviados)	IN31	SD	SD	SD	SD
Grado de satisfacción de los alumnos que participan en programas de movilidad (recibidos)	IN33	SD	SD	SD	SD
Nivel de satisfacción de los usuarios respecto a los servicios de orientación profesional (escala 1-5)	IN35	SD	SD	4,43	4,23
Nivel de satisfacción con las práctica externas (escala 1-5)	IN38	SD	2,27	2,87	2,98
Nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la gestión de expedientes y tramitación de títulos (escala 1-5)	IN41	SD	2,84	2,96	3,75
Nivel de satisfacción del alumnado respecto a la actividad docente (escala 1-5)	IN49	3,65	3,69	3,75	3,8
Satisfacción de los grupos de interés con respecto a los recursos materiales (escala 1-5)	IN58	3,63	3,25	3,68	3,63
Nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios (escala 1-5)	IN61	SD	3,29	3,47	3,49

DURACIÓN MEDIA DE ESTUDIOS					
Denominación del indicador	Código	2010/ 2011	2011/ 2012	2012/ 2013	2013/ 2014
Nivel de cumplimiento de los objetivos de calidad (porcentual)	INo2	100	100	100	100
Duración media de estudios	INo8	NP	NP	NP	NP
Porcentaje de acciones de mejora realizadas (porcentual)	IN16	100	67	100	100
Grado de cobertura de las plazas ofertadas (porcentual)	IN20	101,33	102	104	102,33
Demanda de la titulación en 1ª opción (porcentual)	IN22_1	78,67	151,67	222,33	120,67
Demanda de la titulación en 2ª opción (porcentual)	IN22_2	66	116,67	146,33	92,33
Demanda de la titulación en 3ª y sucesivas opciones (porcentual)	IN22_3	293,33	491,33	561,67	431
Porcentaje de estudiantes que participan en actividades de orientación (acogida y apoyo a la formación) INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN23	72	65,2	90	90
Porcentaje de alumnos del Centro que participan en programas de movilidad INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN30	0,4	0,77	0,7	2,11
Porcentaje de alumnos que participan en programas de movilidad cuyo destino es el Centro sobre el total de alumnos que recibe la Universidad INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN32	2,23	1,58	1,93	3,41
Número de alumnos/as que asisten a las actividades de orientación profesional del Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN34	380	610	139	1117
Inserción en el tejido socioeconómico de los egresados (porcentual)	IN36	NP	NP	NP	NP
Oferta de prácticas externas	IN37	NP	NP	NP	2,1

Relación porcentual entre el número total de PDI funcionario sobre el total de PDI INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN44	66	60,78	60,78	60,78
Porcentaje de profesores que participan en actividades de formación organizadas en la UMA INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN54	22,45	31,37	29,41	11,76
Grado de satisfacción del PDI con la formación recibida (escala 1-10) INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN55	8,64	7,74	8,75	8,45
Porcentaje de personal de administración y servicios que participa en actividades de formación INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN56	80	64,29	71,43	100
Grado de satisfacción del personal de administración y servicios con la formación recibida (escala 1-10) INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN57	7,53	7,28	7,87	8,27
Número de puestos de trabajo por estudiante INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN59	0,44	0,94	1,9	1,84
Porcentaje de acciones implantadas relacionadas con las quejas recibidas	IN63	100	100	100	100



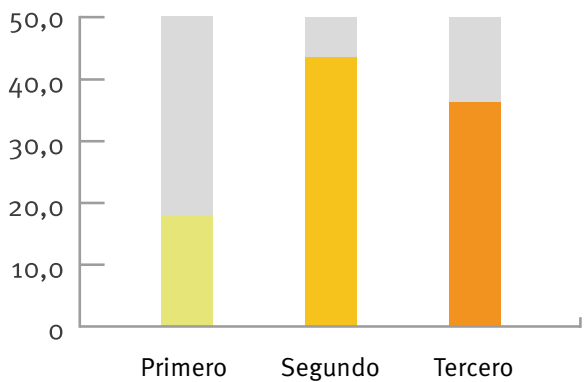
En el curso 2013-14 responden a la encuesta de satisfacción un total de 348 alumnos matriculados en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados, suponiendo una participación de prácticamente el 40% de los alumnos matriculados en el mencionado grado. La muestra se reparte de la siguiente forma:



Del total de alumnos que han respondido la encuesta un 48.8% son hombres y un 51.6% son mujeres.

Último curso en el que está matriculado.

Respecto al último curso en el que el alumno se encuentra matriculado, se distribuye de la siguiente forma: primer curso un 18.6%, segundo curso un 43.9% y tercer curso un 37.5%



Grado en Gestión y Administración Pública

A continuación se exponen los indicadores que conforman el SGC, agrupados en indicadores CURSA, indicadores de satisfacción del centro y resto de indicadores del SGC, del Grado en Gestión y Administración Pública.

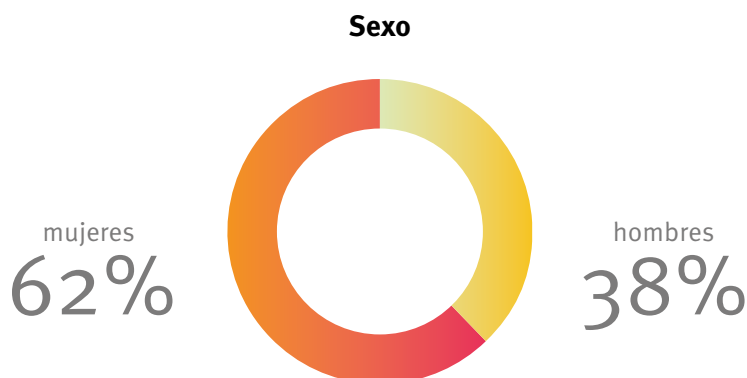
INDICADORES CURSA					
Denominación del indicador	Código	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Tasa de graduación (porcentual)	INo3	No procede hasta 2014/2015	No procede hasta 2014/2015	No procede hasta 2014/2015	No procede hasta 2014/2015
Tasa de abandono (porcentual)	INo4	No procede hasta 2012/2013	No procede hasta 2012/2013	25	31,51
Tasa de eficiencia (porcentual)	INo5	No procede hasta 2014/2015	No procede hasta 2014/2015	No procede hasta 2014/2015	No disponible
Tasa de rendimiento (porcentual)	IN27	52,49	69,86	78,99	75,69
Tasa de éxito (porcentual)	IN28	78,2	83,55	89,01	84,14

INDICADORES DE SATISFACCIÓN DEL CENTRO					
Denominación del indicador	Código	2010/ 2011	2011/ 2012	2012/ 2013	2013/ 2014
Nivel de satisfacción de los estudiantes con el proceso de selección, admisión y matriculación (escala 1-5)	IN19	3,17	3,49	3,13	3,31
Nivel de satisfacción de los estudiantes con las actividades de orientación (escala 1-5)	IN24	SD	2,55	2,38	2,58
Grado de cumplimiento de la planificación (escala 1-5)	IN26	3,92	3,69	3,69	3,83
Satisfacción del alumnado con los sistemas de evaluación (escala 1-5)	IN29	3,66	3,42	3,51	3,61
Grado de satisfacción de los alumnos que participan en programas de movilidad (enviados)	IN31	SD	SD	SD	SD
Grado de satisfacción de los alumnos que participan en programas de movilidad (recibidos)	IN33	SD	SD	SD	SD
Nivel de satisfacción de los usuarios respecto a los servicios de orientación profesional (escala 1-5)	IN35	SD	SD	4,43	4,23
Nivel de satisfacción con las práctica externas (escala 1-5)	IN38	SD	2,8	2,73	3,6
Nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la gestión de expedientes y tramitación de títulos (escala 1-5)	IN41	SD	3,1	3,19	5
Nivel de satisfacción del alumnado respecto a la actividad docente (escala 1-5)	IN49	3,59	3,47	3,57	3,68
Satisfacción de los grupos de interés con respecto a los recursos materiales (escala 1-5)	IN58	3,47	3,28	3,47	3,67
Nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios (escala 1-5)	IN61	SD	3,26	3,73	3,41

DURACIÓN MEDIA DE ESTUDIOS					
Denominación del indicador	Código	2010/ 2011	2011/ 2012	2012/ 2013	2013/ 2014
Nivel de cumplimiento de los objetivos de calidad (porcentual)	INo2	100	100	100	100
Duración media de estudios	INo8	NP	NP	NP	NP
Porcentaje de acciones de mejora realizadas (porcentual)	IN16	100	67	100	100
Grado de cobertura de las plazas ofertadas (porcentual)	IN20	101,33	101,33	104	105,33
Demanda de la titulación en 1ª opción (porcentual)	IN22_1	86,67	109,33	422,67	148
Demanda de la titulación en 2ª opción (porcentual)	IN22_2	104	188	524	232
Demanda de la titulación en 3ª y sucesivas opciones (porcentual)	IN22_3	612	1056	3374,67	1016
Porcentaje de estudiantes que participan en actividades de orientación (acogida y apoyo a la formación) INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN23	72	65,2	90	90
Porcentaje de alumnos del Centro que participan en programas de movilidad INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN30	0,4	0,77	0,7	2,11
Porcentaje de alumnos que participan en programas de movilidad cuyo destino es el Centro sobre el total de alumnos que recibe la Universidad INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN32	2,23	1,58	1,93	3,41
Número de alumnos/as que asisten a las actividades de orientación profesional del Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN34	380	610	139	1117
Inserción en el tejido socioeconómico de los egresados (porcentual)	IN36	NP	NP	NP	NP
Oferta de prácticas externas	IN37	NP	NP	NP	2,1

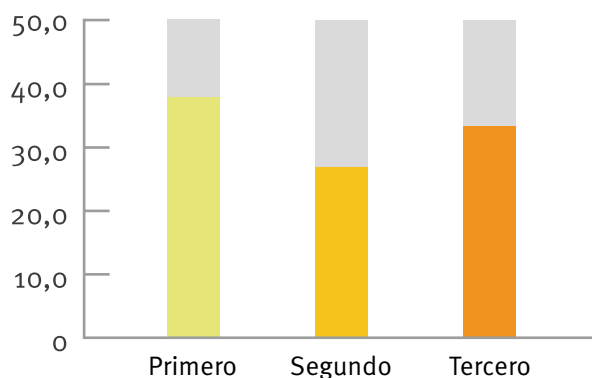
Relación porcentual entre el número total de PDI funcionario sobre el total de PDI INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN44	66	60,78	60,78	60,78
Porcentaje de profesores que participan en actividades de formación organizadas en la UMA INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN54	22,45	31,37	29,41	11,76
Grado de satisfacción del PDI con la formación recibida (escala 1-10) INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN55	8,64	7,74	8,75	8,45
Porcentaje de personal de administración y servicios que participa en actividades de formación INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN56	80	64,29	71,43	100
Grado de satisfacción del personal de administración y servicios con la formación recibida (escala 1-10) INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN57	7,53	7,28	7,87	8,27
Número de puestos de trabajo por estudiante INDICADOR DE CENTRO-FCYG	IN59	0,44	0,94	1,9	1,84
Porcentaje de acciones implantadas relacionadas con las quejas recibidas	IN63	100	100	100	100

En el curso 2013-14 responden a la encuesta de satisfacción un total de 50 alumnos matriculados en el Grado en Gestión y Administración Pública, suponiendo una participación de prácticamente del 30% de los alumnos matriculados en el mencionado grado. La muestra se reparte de la siguiente forma:



Del total de alumnos que han respondido la encuesta un 38% son hombres y un 62% son mujeres.

Último curso en el que está matriculado



Vicedecanatos

A continuación se describen los principales objetivos y funciones:

VICEDECANATO DE ORDENACIÓN ACADÉMICA Y PROFESORADO

Doña Rosario Cenizo Rodríguez

El objetivo es la planificación de las actividades docentes del centro. Entre las principales funciones se encuentra el Calendario Académico, la planificación de las enseñanzas, los horarios de clases y el calendario de exámenes.

Otras funciones de ordenación académica son:

- Asignación de aulas para actividades docentes.
- Adaptaciones de horarios y reasignación de aulas durante el desarrollo del curso académico.
- Revisión de programas y actividades formativas de las asignaturas, y hacer propuestas de coordinación.
- Conocer y revisar las cuestiones relativas a los sistemas de evaluación de los conocimientos de los estudiantes.
- Conocer y revisar la asignación docente.
- Conocer y revisar las reclamaciones de los alumnos.
- Control del profesorado y cuestiones relativas a su cumplimiento.
- Conocer y resolver las pruebas de aptitud o pruebas de conjunto, exigidas para la homologación de títulos.
- Conocer y resolver las cuestiones relativas al reconocimiento de estudios universitarios de carácter oficial por convalidación, adaptación o equivalencia.
- Conocer y resolver todas las cuestiones relacionadas con las pruebas de evaluación extraordinaria.
- Coordinación de los grados, evaluación y acciones de mejora de la docencia, en colaboración con las coordinadoras de grado Bárbara Díaz y M^a José Luna Jiménez.

- Incorporación a la aplicación PROA de la oferta de asignaturas y de los grupos docentes, horarios, aulas y calendario de exámenes.
- Revisión y aprobación por la COA y la Junta de Facultad de los programas de las asignaturas de las titulaciones ofertadas por la Facultad de Comercio y Gestión.
- Organización de los trabajos Fin de Grado, en colaboración con los coordinadores de Grados, Pilar Alarcón Urbistondo y M^a José Valencia Quintero.

VICEDECANATO DE CALIDAD, SOSTENIBILIDAD Y CULTURA

Doña Eva M^a González Robles

El objetivo es el desarrollo de la calidad en la Facultad y su función principal es la implantación del Sistema de Garantía de la Calidad (SGC), promoción de la sostenibilidad y la cultura. La Facultad de Comercio y Gestión tiene la evaluación positiva de la ANECA de su **Sistema de Garantía de la Calidad (SGC)** desde marzo de 2010.

Funciones de Calidad:

- Elaborar la memoria de calidad
- Reuniones con la comisión de calidad del centro y vicerrectorado de calidad para la elaboración de encuestas de satisfacción de todos los colectivos.
- Revisión de los indicadores de calidad del centro.
- Identificar e implantar las acciones de mejora.
- Elaborar los objetivos anuales de calidad.
- Seguimiento y análisis de las tasas de graduación, abandono, eficiencia y éxito.
- Evaluación de los grados.
- Facilitar la información requerida por el Servicio de Calidad, Planificación estratégica y responsabilidad para el seguimiento de los contratos programas.
- Divulgar el desarrollo y los resultados alcanzados en el contrato programa por los alumnos, profesores y personal de administración y servicios.

Funciones de Cultura:

- Organización de la semana cultural.
- Concurso de fotografía.
- Propuestas de creación de cátedras y denominación de las aulas.
- Organización de conferencias y cursos de interés cultural.
- Organización del acto de graduación.

Funciones de Sostenibilidad:

- Programa de educación y conservación medio ambiental.
- Convenios de colaboración con ONGs vinculadas al comercio justo.

VICEDECANATO DE INVESTIGACIÓN Y RELACIONES EXTERNAS

Doña María del Mar Muñoz Martos

Su objetivo es promover la investigación y la movilidad nacional e internacional de la Facultad, con fines de estudio y de prácticas. Entre sus funciones principales se destacan la difusión y coordinación de los programas de movilidad e investigación de la Universidad de Málaga.

Funciones de Investigación:

- Incentivar, potenciar y gestionar todas las posibilidades de crecimiento de la Facultad en lo relacionado con la investigación.
- Proponer, impulsar, gestionar y llevar a cabo aquellas actuaciones necesarias para la consecución de un Master Oficial en la Facultad, o Master oficial interuniversitario.

Movilidad y relaciones con otras universidades:

- Desarrollar y mantener los acuerdos con las distintas universidades.
- Abrir nuevas vías de colaboración con posibles universidades destinatarias de nuestros alumnos.
- Mantener relaciones con los alumnos de movilidad, orientándoles en todo lo

relativo al acuerdo académico.

- Coordinar las acciones relativas a Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- Coordinar a los coordinadores de movilidad.
- Coordinar los Programa de Movilidad de Erasmus, Programa SICUE, Programa de movilidad con Iberoamérica, Norteamérica, Asia y Oceanía, Programa ISEP, Programa Erasmus Mundus External Cooperation Window con Asia.

VICEDECANATO DE ALUMNOS Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Don Benjamín del Alcázar Martínez

El objetivo es el apoyo y asistencia al alumnado de la Facultad de Comercio y Gestión. Para ello se han desarrollado entre otras, las siguientes actividades:

Funciones de alumnos:

- Elaboración de la **Guía del estudiante para el curso académico**.
- **Acto de bienvenida a los estudiantes**, con la elaboración del díptico y calendario académico.
- Desarrollo y seguimiento de todas las actividades que comprende el plan de orientación. **“PC10: Gestión y revisión de la orientación e inserción profesional de los alumnos de grado”**.
- **Mantenimiento del Foro “Sala de Estudiantes”**.
- Desarrollo y seguimiento del **Plan de Acción Tutorial en la Facultad**.
- **Destino UMA, Jornadas de Puertas Abiertas** en el Complejo Deportivo de la Universidad de Málaga, Campus de Teatinos, charlas informativas y visitas guiadas.
- Seguimiento y control del comedor de alumnos (en colaboración con el vicedecanato de Infraestructuras y asuntos económicos).

Funciones de cooperación empresarial:

- Desarrollar y mantener relaciones institucionales con el mundo empresarial.
- Concretar, planificar y organizar la realización de prácticas de los alumnos de Grado. Gestión de la firma de convenios entre las empresas y la Uma.

Otras funciones:

- Gestión y mantenimiento de la página web de la Facultad y los Grados.
- Avisos a las listas de distribución de la Facultad y mantenimiento de las comunicaciones en las redes sociales.
- Redes sociales de la Facultad

VICEDECANO DE INFRAESTRUCTURA Y ASUNTOS ECONÓMICOS

Don Salvador J. Molina Ruiz

El objetivo es velar por el mantenimiento y desarrollo de las infraestructuras y la gestión económica del Centro.

Funciones de Infraestructura:

- Gestionar la conservación del edificio.
- Autorizar uso de espacios.
- Relaciones con el servicio de mantenimiento y el coordinador de servicios.
- Altas y bajas de inventario.
- Control y gestión de las aulas de informática
- Distribución de despachos.
- Relaciones con el vicerrectorado de infraestructuras de la Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo.
- Gestión y mantenimiento de los equipos de las aulas.
- El mantenimiento e instalación de los ordenadores en las aulas.

Funciones de asuntos económicos:

- Gestión de compras, presupuestos, pedidos, reservas de crédito, gestión de facturas.
- Control del gasto.
- Liquidación de cuentas anuales.
- Elaboración y control de los presupuestos del centro.

SECRETARÍA ACADÉMICA

Doña Eugenia Cruces Pastor

- Fedatario de los actos y acuerdos de los órganos de gobierno de la Facultad.
- Relación y control de la Biblioteca del Centro.
- Elaboración y custodia de los libros de actas de los órganos de la Facultad.
- Recepción y custodia de las actas de calificación de exámenes.
- Expedición de documentos y certificaciones de las actas y acuerdos de los órganos de gobierno de la Facultad y de cuantos actos o hechos se presencie en el ejercicio de sus competencias.
- Reseña y publicidad de los actos de los órganos de gobierno de la Facultad (En colaboración con el vicedecano de Alumnos y Cooperación Empresarial).
- Organización de los actos solemnes de la Facultad y de su protocolo (el acto de graduación en colaboración con el vicedecano de alumnos y Cooperación Empresarial, y la vicedecana de Calidad, Sostenibilidad y Cultura).

VICESECRETARIO ACADÉMICO

Don Alberto A. López Toro

- Elaboración de la Memoria Anual de la Facultad.
- Elaboración de las actas del equipo de gobierno.
- Control de la asistencia del profesorado (En coordinación con la vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado).
- Coordinación de movilidad para la cooperación al desarrollo (En dependencia del Decanato de Investigación y Relaciones Externas). Tiene como objetivo difundir las acciones de cooperación al desarrollo de la Universidad y promover acciones de educación para el desarrollo en la Facultad (Convocatoria de Proyecto de Cooperación Internacional, programa de Voluntariado Internacional Coordinación e impartición del Curso de Cooperación al Desarrollo destinados a promover, sensibilizar y formar en cooperación al desarrollo).

Departamentos y Profesorado

DEPARTAMENTOS QUE IMPARTEN DOCENCIA EN LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN:

ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA 15)

ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA 68)

ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)

ECONOMÍA APLICADA (MATEMÁTICAS)

ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CONTABILIDAD Y GESTIÓN

FINANZAS Y CONTABILIDAD

TEORÍA E HISTORIA ECONÓMICA

DERECHO CIVIL, DERECHO ECLESIAÍSTICO DEL ESTADO
Y DERECHO ROMANO

DERECHO PRIVADO ESPECIAL

CIENCIA POLÍTICA, DERECHO INTERNACIONAL PÚBLICO
Y DERECHO PROCESAL

DERECHO DEL ESTADO Y SOCIOLOGÍA

DERECHO FINANCIERO, ECONOMÍA POLÍTICA Y FILOSOFÍA DEL DERECHO

DERECHO PÚBLICO

ECONOMÍA APLICADA (HACIENDA PÚBLICA)

FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA

DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL

LENGUAJE Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN

FILOLOGÍA ESPAÑOLA II Y TEORÍA DE LA LITERATURA

FILOLOGÍA GRIEGA, ESTUDIOS ÁRABES, LINGÜÍSTICA GENERAL
Y DOCUMENTACIÓN

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

PROFESORES QUE IMPARTIERON DOCENCIA EN EL CURSO ACADÉMICO 2013/14

Aguilar Illescas, Rocío	Casquero Tomás, Antonio
Aguillar Ramos, María Isabel	Castillo García, Agustín Del
Alarcón Urbistondo, María Del Pilar	Castro Bonaño, Juan Antonio
Albánchez Blanco, José Luis	Castro Lopez, María Del Pilar
Alcázar Martínez, Benjamín Del	Cembellín Pages, Luis
Andrés Reina, María Paz	Cenizo Rodríguez, María Del Rosario
Antúnez Torres, Antonio	Ciruela Lorenzo, Antonio Manuel
Arija Soutullo, María Del Carmen	Cobos Jiménez, Antonio
Arroyo Turrillo, Antonio	Contreras De La Rosa, María Isabel
Arroyo Varella, Silvia Regina	Cordones Ramirez, María Mercedes
Avellaneda Martínez, Ana María	Cortes Fernández, Luis
Bahía Almansa, M ^a Belén	Cruz Morato, Marco Antonio
Barceló Muñoz, Eduardo	Cruz Padial, Ignacio
Barrionuevo Soler, Ignacio	Cruces Pastor, Eugenia María
Becerra Vicario, Rafael	Cruces Pastor, María Esther
Benítez Márquez, María Dolores	Díaz Díez, Bárbara
Bentabol Manzanares, María Amparo	Díaz Muñoz, Rocío
Bermúdez González, Guillermo José	Diéguez Soto, Julio
Cabello Fernández, M ^a Dolores	Durán Muñoz, Rafael
Cabello González, José Manuel	Escámez Navas, Sebastián Jesús
Calderón Vázquez, Franciso José	Esteban Cabrera, Manuel
Campo Ávila, José Del	Esteban Pagola, Ana Isabel
Campos Luque, María Concepción	Falgueras Sorauren, Ignacio
Cantalejo García, Francisco	Fernández Bertoa, Manuel
Caña Palma, Rocío	Fuentes Núñez De Castro,
Caparros Ruíz, Antonio	María De La Solidad
Carrasco Díaz, Daniel	Fuentes García, Rafael Ángel
Carrasco Santos, María Jesús	Galera Martín, Juan Francisco
Casado Molina, Ana María	Galindo Reyes, Fuensanta Carmen

Gallego Galán, Inmaculada
Galvez Criado, Antonio
Gamero Buron, Carlos
García Blanco, Luís Fernando
García Calvente, Yolanda
Garcia Luque, Elisa Isabel
García Sánchez, María Dolores
Garrido Mora, Manuel
Gómez Camarrero, M ^a Del Carmen
Gómez Jacinto, Luis
Gómez Jiménez, María Luisa
Gómez Machado, José Antonio
Gómez Núñez, Trinidad
Gómez De La Cruz Talegón, Carlos Fernando
González Gomila, Francisco
González Guerrero, Miguel
González Quintana, María José
González Robles, Eva María
Grana López, José Francisco
Guijarro Hernández, José Javier
Gutiérrez Colomina, Venancio
Hernández Del Castillo, Alejandro José
Hernández Huelin, Mónica
Hidalgo Villodres, M ^a Del Carmen
Hurtado González, Juan Francisco
Iglesia Sánchez, Patricia Pilar
Jambrino Maldonado, M ^a Del Carmen
Jiménez Berrocal, Manuel
Jiménez López, José Antonio
Lecuona Prats, Emilio Roque
López Toro, Alberto Antonio

López Villafranca, Paloma Del Rocío
Luna Jiménez, María José
Luque Aranda, Marta
Luque Gallego, Mariano
Luque Jiménez, María Del Carmen
Martín Armario, Julita
Martín Martín, Penélope Noelia
Martín Rivera, Lucía
Medina Cano, Eduardo Rafael
Medina Guerra, Antonia María
Miguel García, Francisca
Molina Gómez, Jesús
Molina Ruiz, Salvador Javier
Molina Ruiz, José Antonio
Molinillo Jiménez, Sebastián
Morales Bueno, Rafael
Morales Caparros, María Jesús
Moreno Jiménez, Bernardo
Moreno Lorente, Francisco De Asís
Muñoz Martos, María Del Mar
Nadales Rodríguez, Daniel
Nadales Rodríguez, Enrique Luis
Navarrete Otero, Lourdes
Nieto Sampedro, Noberto Emilio
Olvera Porcel, Antonio Jesús
Onieva González, José Antonio
Ortega Jiménez, Concepción
Pagan Rodríguez, Ricardo Braulio
Pastor García, María Inmaculada
Peinado García, Juan Ignacio
Peláez Fernández, M ^a Ángeles

Pellejero Martínez, Carmelo

Perán Quesada, Salvador

Perea Ortega, Rafael

Pérez Aranda, Javier Ramón

Pérez García, Juan Carlos

Pérez Martínez, Antonio José

Pérez Tapia, Gema

Pineda Hernández, Inmaculada Concepción

Plaza Angulo, Juan José

Ramos Sosa, María Del Pino

Rangel Rojas, María Del Pilar

Rivas Sánchez, Carlos José

Rodero Cosano, Francisco Javier

Rodríguez Díaz, Beatriz

Rodríguez Fernández, María Mercedes

Rodríguez Rodríguez, José

Roman Tirado, Alejandro

Romero Pardo, María Paz

Rosa Martín, Juan Manuel De La

Rosa Ruiz, José Antonio

Rueda Narváez, Mario Federico

Ruíz De La Rua, Francisco

Ruíz Muñoz, José María

Ruíz Palomo, Daniel

Ruz Bravo, Oscar Hernán

Salinas De Frías, Ana María

Sánchez Tejeda, Ana María

Sanjuan Solís, Jesús Carlos

Santiago Méndez, Gloria

Sarria Lozano, Enrique

Sarrión Gavilán, María Dolores

Sierra Herrezuelo, Plácido

Soler Porta, Mariano

Suarez Cebador, Manuel

Toré Marín, Antonio Fernando

Torres Chacón, José Luis

Torrico González, Ángel

Trigo Martínez, Eduardo

Trujillo Vílchez, Francisco José

Valencia Quintero, María José

Valencia Saiz, Ángel

Valenzuela Serrano, Ángel Guillermo

Vallespán Arán, María Luisa

Vargas Salto, José María De La

Vila Oblitas, José Roberto

**PROFESORES ADSCRITOS A LA FACULTAD
DE COMERCIO Y GESTIÓN EN EL CURSO ACADÉMICO 2013/14**

NOMBRE COMPLETO	ÁREA	DEPARTAMENTO
Alarcon Urbistondo, María del Pilar	Comercialización e Invest. de Mercados	Economía y Administración de Empresas
Albanchez Blanco, José Luis	Economía Aplicada	Econ. Aplic.(Estad.y Eco- nom.) (Pto.15)
Alcázar Martínez, Benjamín del	Comercializacion e Invest. de Mercados	Economía y Administración de Empresas
Antunez Torres, Antonio	Economía Aplicada	Economía Aplicada (Estructura Económica)
Arroyo Varela, Silvia Regina	Organización de Empresas	Economía y Administración de Empresas
Avellaneda Martinez, Ana M ^a	Derecho Mercantil	Derecho Privado Especial
Benítez Márquez, M ^a Dolores	Economía Aplicada	Econ. Aplic.(Estad.y Eco- nom.) (Dpto. 68)
Bentabol Manzanares, María Amparo	Economía Financiera y Contabilidad	Contabilidad y Gestión
Bermúdez González, Guillermo	Comercialización e Invest. de Mercados	Economía y Administración de Empresas
Campo Ávila, Jose Del	Lenguaje y Ciencias de la Computación	Lenguaje y Ciencias de la Computación
Cantalejo García, Francisco	Economía Aplicada	Economía Aplicada (Matemáticas)
Caña Palma, Rocío	Economía Financiera y Contabilidad	Contabilidad y Gestión
Casquero Tomás, Antonio	Economía Aplicada	Economía Aplicada (Estructura Económica)
Cenizo Rodríguez, María del Rosario	Derecho Civil	Dcho.Civil, Eclesiástico, del Estad.y Rom.

Cobo Jiménez, Antonio	Comercialización e Invest. de Mercados	Economía y Administración de Empresas
Cruces Pastor, Eugenia María	Economía Aplicada	Econ. Aplic. (Estad.y Econ- om.) (Dpto.15)
Cruces Pastor, María Esther	Derecho Mercantil	Derecho Privado Especial
Cruz Padial, Ignacio	Derecho Financiero y Tributario	Derecho Financiero, Econ. Pol. y Fil. Del Derecho
Díaz Díez, Bárbara	Economía Aplicada	Econ. Aplic.(Estad. y Econom.) (Dpto.15)
Díaz Muñoz, Rocío	Organización de Empresas	Economía y Administración de Empresas
Galindo Reyes, Fuensanta C.	Organización de Empresas	Economía y Administración de Empresas
Gallego Pascual, Miguel	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa	Economía Aplicada (Matemáticas)
García Sánchez, M ^a Dolores	Comercialización e Investigacion de Mercados	Economía y Administración de Empresas
Gómez de la Cruz Talegón, Carlos F.	Derecho Civil	Dcho.civil, Eclesiástico, del Estad.y Rom.
Gómez Núñez, Trinidad	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa	Economía Aplicada (Matemáticas)

González Gomila, Francisco	Economía Financiera y Contabilidad	Contabilidad y Gestión
González Guerrero, Miguel	Economía Aplicada	Econ. Aplic.(Estad.y Econom.) (Dpto.15)
González Robles, Eva María	Comercialización e Invest. de Mercados	Economía y Administración de Empresas
Grana López, José Francisco	Fundamentos del Análisis Económico	Teoría e Historia Económica
Hernández Huelin, Mónica M ^a	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa	Economía Aplicada (Matemáticas)
López Toro, Alberto A.	Organización de Empresas	Economía y Administración de Empresas
Luna Jiménez, María José	Economía Financiera y Contabilidad	Contabilidad y Gestión
Martín Armario, Julita	Comercialización e Invest. de Mercados	Economía Y Administración de Empresas
Miguel García, Francisca	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa	Economía Aplicada (Matemáticas)
Molina Ruiz, José Antonio	Economía Financiera y Contabilidad	Finanzas y Contabilidad
Molina Ruiz, Salvador Javier	Economía Aplicada	Econ. Aplic.(Estad.y Econom.) (Dpto. 68)
Morales Gallego, Sebastián	Economía Aplicada	Economía Aplicada (Estructura Económica)
Moreno Lorente, Francisco de Asís	Organización de Empresas	Economía y Administración de Empresas
Muñoz Martos, M ^a Del Mar	Economía Aplicada	Economía Aplicada (Matemáticas)
Pastor García, M ^a Inmaculada	Fundamentos del Análisis Económico	Teoría e Historia Económica

Pérez Aranda, Javier Ramón	Comercialización e Investig. de Mercados	Economía y Administración de Empresas
Rosa Ruiz, José Antonio	Derecho Administrativo	Derecho Público
Ruiz de la Rúa, Francisco	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa	Economía Aplicada (Matemáticas)
Ruiz-Alba Robledo, José Luis	Comercialización e Invest. de Mercados	Economía y Administración de Empresas
Sarrión Gavilán, María Dolores	Economía Aplicada	Econ. Aplic.(Estad.y Eco- nom.) (Dpto. 68)
Sierra Herrezuelo, Placido	Comercialización e Investigación de Mercados	Economía y Administración de Empresas
Soler Porta, Mariano	Economía Financiera y Contabilidad	Contabilidad y Gestión
Tore Marín, Antonio Fernando	Comercialización e Invest. de Mercados	Economía y Administración de Empresas
Trigo Martínez, Eduardo	Economía Financiera y Contabilidad	Finanzas y Contabilidad
Trujillo Vílchez, Francisco José	Economía Aplicada	Economía Aplicada (Matemáticas)
Valencia Quintero, María José	Economía Financiera y Contabilidad	Contabilidad y Gestión
Varga Salto, José María de la	Organización de Empresas	Economía y Administración de Empresas

Personal de Administración y Servicios

SECRETARÍA

Jefa de Secretaría

Doña M^a Antonia Cervantes Galindo

Puesto Base

Doña Ana M^a Gordillo García

Doña Mercedes Vega Moreno

Doña Mónica García Jiménez

Doña Marina Rodríguez Ferrer

Don Juan José Cintas Gallardo

Doña Sara Gil Fernández

GESTIÓN ECONÓMICA

Don Juan García Fernández

CONSERJERÍA

Encargada de Equipo

Doña Luisa Cordero Carreras

Técnicos auxiliares de servicios
de Conserjería

Don Nicolás González Román

Doña M^a del Carmen Maza Ciordia

Don Jesús Gámez Molina

Doña Margarita Alarcón Fernández

Doña María Luz Morales Bueno

Don Andrés Salinas Escarvajal

Don Francisco Álvarez González

Don Francisco Antonio Ollero Puche

AULAS DE INFORMÁTICA

Don Eusebio López Ríos

Don Ricardo Aguilar Sepúlveda

BIBLIOTECA

Directora

D^a Clara Isabel Pérez Zalama

Ayudante de Biblioteca

D^a Gema Rueda Nogales

Adquisiciones

Don Germán García Contreras

Personal de atención al público

Don Ramón Aranda Quintana

Don Cándido Ayala Moscoso

D^a Purificación Fernández-Santaella

Santiago

Don Eduvigis Jiménez Ortigosa

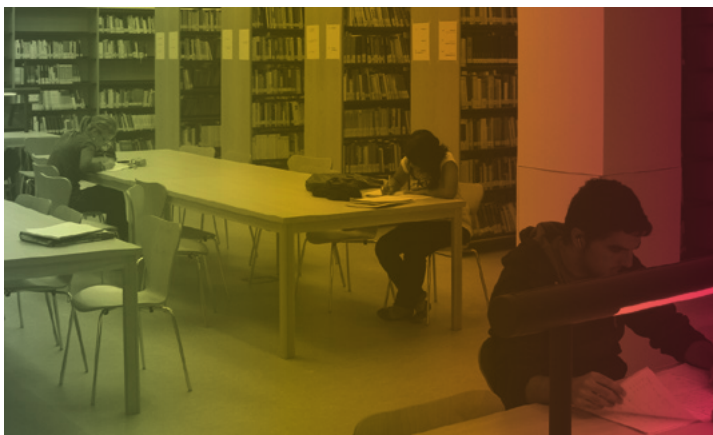
D^a Eladía Redondo Redondo

MANTENIMIENTO

Don Alberto González Motilla

Servicios

BIBLIOTECAS



La biblioteca del Centro es compartida con la Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo. Este año se ha elaborado por primera vez la memoria de la Biblioteca Universitaria por año natural, siendo esta la fuente de los datos.

La biblioteca ha continuado con la adquisición de los títulos solicitados para las asignaturas de los nuevos cursos de los diferentes grados. En el curso 2013-2014 se cuenta con una persona menos por jubilación de Rosa Domenech.

A continuación se muestran algunos datos relativos a los recursos disponibles y a la prestación del servicio:

Colección bibliográficas (2014)

Monografías: 43.097

Revistas: nº total de títulos 593

Títulos suscritos: 123

Colecciones cerradas: 470

Recursos electrónicos más consultados referidos al conjunto de la BU:

- E-Libro: 609.122 accesos
- Westlaw: 181.249
- Science direct: 169.013 accesos

Servicios a los usuarios (2014)

Préstamo domiciliario

- Prestamos por curso: 32.312
- Renovaciones por curso: 9.071
- Reservas por curso: 1.054

Préstamo intercampus

- Libros pedidos a otras bibliotecas: 18
- Libros que otras bibliotecas nos han solicitado: 12

Préstamo interbibliotecario

- Documentos pedidos: 4
- Documentos servidos: 3

Formación de usuarios

- **Jornadas de bienvenida al alumnado de primer curso.** Se han ofrecido cuatro sesiones.
- **Sesiones de formación presencial.** Se organizan por el Servicio de Adquisiciones, Información y P.I. La información se publica en la página web y se colocan carteles informativos en los centros, además se remite información por correo electrónico para su difusión por otros medios.
- **Sesión de formación virtual.** Dos sesiones, una en Noviembre y otra en marzo.
- **Taller de firma científica para el PDI.** Con la asistencia de 13 personas.
- **Sesiones de “Formación personalizada”,** se han realizado un total de 4 sesiones para alumnos de TFG con un total de 39 alumnos asistentes.

Días y horas de apertura

- Apertura de 8:30 a 20:30 horas.
- Días por curso 218 días.
- Media de horas semanales de apertura (48,1 horas semanales)

Instalaciones y equipamiento

- Instalaciones: 1.930,75 m2 útiles
- Salas de trabajo en grupo: 14 salas.
- Sala de audiovisuales: 1 sala
- Puntos de atención al usuario: 2
- Puestos de lectura: 535 distribuidos en tres plantas (104 de la sala de trabajo en grupo y 36 de la sala de audiovisuales)
- Equipos informáticos:
 - Ordenadores de sobremesa: 26 públicos y 2 OPAC
 - Portátiles para préstamos: 14
 - Proyector: 1 con dos pantallas
 - Equipo reproductor de sonido: 1
 - Equipo reproductor de video: 1
- Fotocopiadoras: 1 dependiente de Copycentro

Resultados de la gestión

En relación al Plan Operativo Anual la biblioteca cumple con los objetivos y participa activamente en la consecución de la calidad continua. La encuesta de satisfacción de usuarios es la herramienta que tenemos para establecer las acciones de mejora concretas que son necesarias.

SECRETARÍA



La secretaría de la Facultad de Comercio y Gestión presta apoyo técnico al Equipo de Gobierno del centro y realiza todas la actividades relacionadas con la gestión académica y administrativa, esto es, matriculaciones de los alumnos, tramitaciones de títulos y certificaciones académicas, convalidaciones, traslados de expedientes entre otros, controlando que se ajusten a la normativa aplicable en cada caso.

Por otra parte, proporciona información y orientación a los usuarios sobre cualquier tema o gestión relativa al centro o la universidad.

Datos generales del curso académico 2013/14:

Titulación/Grado	DE	GAP	MK	GAP	Total
Alumnos matriculados:	497	47	1142	231	1.917

CONSERJERÍA



La conserjería es el servicio de información, orientación y apoyo a los usuarios del centro, atendiendo directamente o canalizando las necesidades de los mismos a otros servicios. Su contribución es fundamental para el normal desarrollo de las actividades de la Facultad y en especial el soporte que presta al normal desarrollo de la docencia. Las actividades que realiza son, entre otras:

1. Apertura y cierre de las instalaciones.
2. Encendido y apagado de luces y aparatos de refrigeración y calefacción.
3. Preparación de aulas para docencia.
4. Reserva y preparación de espacios para actos.
5. Suministro de material didáctico y audiovisual necesario para el desarrollo de las actividades docentes y académicas.
6. Asistencia básica a la comunidad universitaria en el uso de nuevas tecnologías.
7. Custodia y control de llaves y dispositivos de acceso a las instalaciones.
8. Supervisión de la conservación de las infraestructuras.
9. Supervisión de los servicios de limpieza y seguridad.
10. Gestión de la correspondencia del centro.
11. Recepción y custodia de objetos perdidos.
12. Gestión de residuos.
13. Confección, reparto y recogida del control de firmas del profesorado.

Los servicios prestados durante el curso académico 2013/14 ha sido:

- Información y orientación a usuarios.
- Custodia y control de llaves y dispositivos de acceso de las instalaciones.
 - Préstamos de llaves a profesorado y alumnado: 1.043.
 - Duplicados de llaves: 61.
- Recepción y custodia de los objetos perdidos:
 - Objetos perdidos recibidos: 428.
 - Objetos perdidos devueltos: 201.
- Reservas y preparación de aulas para la docencia:
 - Reservas y preparación de espacios para actos.
 - Salón de actos: 62.
 - Salón de grados: 43.
 - Aulas: 210.
 - Hall: 21.
 - Otros: 2.
- Partes tramitados al servicio de mantenimiento: 242.

Durante este curso ha seguido creciendo la actividad de la Facultad en materia de eventos y cursos, lo que se materializa en un incremento de la demanda de la reserva y preparación del salón de actos y salón de grados.

AULAS DE INFORMÁTICA



Las aulas de informática constituyen un servicio de apoyo a la docencia y la investigación que tiene como eje principal la aplicación de la Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El Servicio de Enseñanza Virtual y Laboratorios Tecnológicos gestiona las Aulas TIC cuyo principio fundamental es acercar la Tecnología de la Información y las Comunicaciones a la comunidad universitaria. Para ello facilita a los alumnos el acceso a materiales docentes y se explota las posibilidades formativas y los nuevos mecanismos de comunicación que ofrece Internet, permitiendo la evolución de la formación tradicional a modelos más participativos, en la dirección que marca el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Desde las Aulas TIC se ofrece a profesores y alumnos apoyo técnico necesario para la utilización de los recursos disponibles y del Campus Virtual de aprendizaje de la Universidad de Málaga. Su compromiso es:

- Garantizar el uso de las aulas TIC para el desarrollo de las asignaturas regladas y el autoaprendizaje de los distintos estudios que se imparten en el Centro.
- Ayudar a profesores y estudiantes en la resolución de dudas relativas a la utilización de Campus Virtual y la aplicación de las TIC en la docencia.

- Adecuar el software disponible en las aulas TIC a las nuevas necesidades del profesorado, poniendo a su servicio la posibilidad de instalar el software necesario para sus clases.
- Atender las solicitudes de reserva de aulas o laboratorios para cursos, seminarios y otras actividades avaladas por el Centro, esta información se puede consultar en <http://reservas.aulas.uma.es>
- Garantizar a los alumnos el acceso libre a las aulas TIC, siempre que la actividad docente del Centro lo permita.
- Garantizar el funcionamiento de los equipos tecnológicos de las aulas docentes del Centro.
- Gestionar el equipamiento informático para consulta instalado en la biblioteca.
- Dar soporte a la comunidad universitaria en la configuración de portátiles y otros dispositivos para conectarlos a la red inalámbrica de la Universidad de Málaga.

MANTENIMIENTO



El servicio de mantenimiento constituye un apoyo importante al normal desarrollo de las actividades del centro. Durante el curso académico 2013/14 el total de partes recibidos y realizados por el servicio han sido 707, incluidos los trabajos de mantenimiento de los equipos de climatización.

Además, se han realizado trabajos de ampliación y reforma del edificio. Algunos de estos trabajos han sido realizados por empresas externas y en coordinación con el servicio de mantenimiento. Entre ellos se pueden destacar:

- Habilitación del Aula 01 para Sala/Comedor con mesas, sillas, microondas, máquinas expendedoras de bebidas etc.
- División de todas las hojas de las ventana de la cara Este del módulo B (Aulas) en dos partes dejando fija la inferior de esta evitando así una posible caída al vacío. No obstante quedan pendiente de dividir aún varias ventanas en el resto del edificio para así tener la modificación hecha en todas las que poseen este riesgo.
- Adaptación de la Sala/Comedor y el aula contigua (02) y dotación con los medios audiovisuales requeridos para la docencia incluyendo la instalación de la tarima para el Profesorado.

- División de las Aulas de Estudio I y III para convertirlas en cuatro aulas, adaptación al foro exigido y dotación con todos los medios audiovisuales requeridos para la docencia, incluyendo la instalación de la tarima para el Profesorado. Instalación de bancas para los alumnos que sumaron un total de casi 400 puestos más.
- Instalación de un sistema eléctrico para el llenado de los depósitos de agua potable y el depósito contra-incendios del edificio para que así sea más fiable y preciso el llenado de los mismos.
- Limpieza y adecuación a la normativa vigente del Centro de Transformación del edificio.

Títulos de la Facultad

En el curso 2013/14 la Facultad de Comercio y Gestión ha tenido a su cargo dos Grados de nueva creación y dos Diplomaturas a extinguir, con un total de 1.917 alumnos matriculados. En las titulaciones a extinguir, en la **Diplomatura en Ciencias Empresariales** los alumnos matriculados han sido 497 y en la **Diplomatura en Gestión y Administración Pública** 47, lo que hace un total de 544 alumnos de titulaciones a extinguir.

En cuanto a los nuevos grados, los alumnos matriculados en el **Grado en Marketing e Investigación de Mercados** son 1.142 y en el **Grado en Gestión y Administración Pública** 231, lo que hacen un total de 1.373 alumnos matriculados. A continuación se muestran los alumnos matriculados por cursos en los grados correspondientes:

Grado en Marketing e Investigación de Mercados:

Curso	Total alumnos
1º	286
2º	288
3º	270
4º	298
Total	1.142

Tabla. 3 Alumnos matriculados por curso en Grado de Marketing e Investigación de Mercados.

Grado en Gestión y Administración Pública:

Curso	Total alumnos
1º	74
2º	59
3º	43
4º	55
Total	231

Tabla. 4 Alumnos matriculados por curso en Grado en Gestión y Administración Pública.

PROGRAMAS DE DOCTORADO Y MÁSTERS

PROGRAMA DE DOCTORADO ECONOMÍA Y EMPRESA

Programa de Doctorado: Economía y Empresa

Centro Responsable: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Centro/s en que se imparte: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Facultad de Comercio y Gestión

Rama: Ciencias Sociales y Jurídicas

Idiomas: Español, Inglés

Número de plazas ofertadas: 25

Interuniversitario: No

ISCED1: Economía

ISCED2: Administración y Dirección de Empresas

Presentación

A lo largo de la historia de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y de la Escuela de Estudios Empresariales, que actualmente ha dado lugar a la creación de la Facultad de Comercio y Gestión, de la Universidad de Málaga, se han impartido diferentes programas de doctorado, dependiendo del interés investigador del profesorado adscrito a dichos centros y de la disponibilidad de recursos humanos y financieros. Algunos de ellos han estado en vigor hasta la entrada en vigor del Real Decreto 99/2011, que dio lugar al nacimiento del Programa en de Doctorado en Economía y Empresa. Éste recogió portanto la amplia experiencia acumulada en la formación doctoral, y todo el potencial humano existente en los centros en los que se imparte el programa. De este modo, aunque formalmente se trató de un Programa de Doctorado de nueva creación, se cuenta con la experiencia acumulada de los diferentes programas de doctorado que se

han impartido a lo largo del tiempo. Todo ello garantiza la existencia de una base más que suficiente para garantizar el éxito, a todos los niveles, del Programa de Doctorado en Economía y Empresa por la Universidad de Málaga.

Líneas de Investigación:

- Decisiones eficientes en el ámbito económico y empresarial
- Desarrollo, crecimiento, productividad y sostenibilidad
- Bienestar, economía política y redes sociales
- Mercados, comportamiento estratégico, dirección estratégica e innovación empresarial
- Economía sectorial

Web del programa:

- <http://www.uma.es/doctorado-economia/>

Coordinación académica:

- Rafael Caballero Fernández.

Información oficial:

- Resolución del Consejo de Universidades –verificación positiva-: 23/07/2013
- Autorización de la Junta de Andalucía: Decreto 83/2013 de 16 de Julio 2013. B.O.J.A. 18 de julio 2013.
- Año de implantación: 2013/2014

MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL



Número de Créditos: 75 ECTS

2 itinerarios alternativos: Académico y Profesional

Itinerario Académico:

- Obligatorias: 54 ECTS
- Optativas: 6 ECTS
- Trabajo Fin de Máster: 15

Itinerario Profesional:

- Obligatorias: 48 ECTS
- Optativas: 6 ECTS
- Prácticas en empresas: 6 ECTS
- Trabajo Fin de Máster: 15

Fecha inicio: Curso 2014-15: Octubre

Horario y días de clases presenciales previstas: Martes, miércoles y jueves de 16,30 a 21,30 horas. Adicionalmente podrán existir algunas sesiones complementarias o sesiones de evaluación algunos viernes alternos, aproximadamente cada 2-3 semanas.

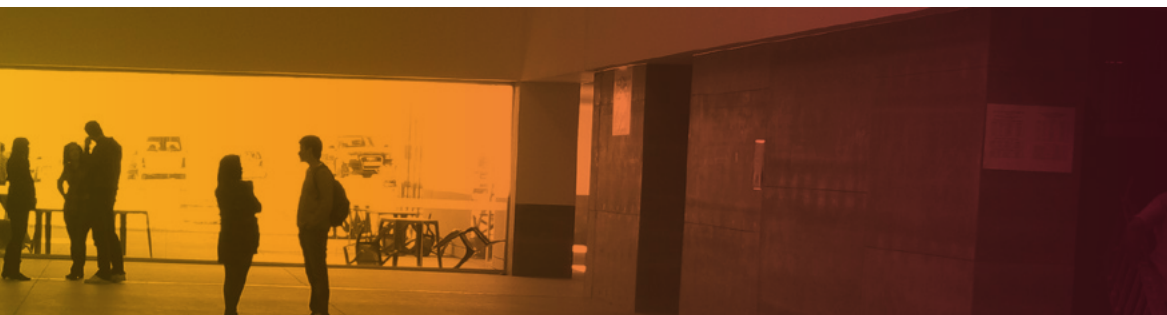
Plan de Estudios

MÓDULOS	MATERIAS	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
MARKETING DIGITAL y DIRECCIÓN COMERCIAL	Dirección Comercial	Dirección Comercial. 1º Semestre - (Obligatoria común)	3
		Marketing Estratégico. 1º Semestre - (Optativa)	3
	Marketing Digital	Marketing Digital. 1º Semestre –(Obligatoria común)	3
		Comportamiento del Consumidor de Contenidos Digitales. 1º Semestre - (Obligatoria común)	3
		Marketing de fidelización on line. 2º Semestre - (Obligatoria común)	3
		Social Media Marketing. 1º Semestre - (Obligatoria común)	3
		Publicidad on line. 2º Semestre - (Obligatoria común)	3
		Reputación de marca on line. 2º Semestre - (Obligatoria común)	3
		Comercio electrónico. 2º Semestre - (Obligatoria común)	3
		Mobile Marketing. 2º Semestre - (Obligatoria común)	3
		Creatividad Digital. 1º Semestre - (Obligatoria común)	3
	Ámbito Jurídico de Internet y las Redes Sociales	La Responsabilidad Civil en la Sociedad de la Información. 1º Semestre - (Obligatoria común)	3



Plan de Estudios (continuación)

ENTORNO EMPRESARIAL y DIGITAL	Habilidades Directivas	Habilidades Directivas I. 1º Semestre - (Obligatoria común)	3
		Habilidades Directivas II. 2º Semestre - (Obligatoria Itinerario Profesional)	3
	Tecnologías y Herramientas Web	Tecnologías y Herramientas Web. 1º Semestre - (Obligatoria común)	4.5
TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN DE MARKETING	Aplicaciones Móviles	Aplicaciones Móviles. 2º Semestre - (Optativa)	3
	Modelos, Técnicas y Herramientas para el Diseño de Bases de Datos	Modelos, Técnicas y Herramientas para el Diseño de Bases de Datos. 1º Semestre - (Obligatoria común)	4.5
	Seguridad de Redes y Transacciones on line	Seguridad de Redes y Transacciones on line. 2º Semestre - (Obligatoria común)	3
	Sistemas de Información Geográfica para el Marketing	Sistemas de Información Geográfica para el Marketing. 2º Semestre - (Optativa)	3
	Nuevas Tecnologías y marketing	Nuevas Tecnologías y marketing. 2º Semestre - (Optativa)	3



Plan de Estudios (continuación)

FORMACIÓN SEGÚN ITINERARIO	Formación Metodológica	Metodología para la Investigación. 2º Semestre - (Obligatoria Itinerario Investigador)	3
		Técnicas para la Toma de Decisiones en Marketing (Obligatoria Itinerario Investigador)	3
		Estadística avanzada para Marketing y Gestión. 2º Semestre - (Obligatoria Itinerario Investigador)	3
	Prácticas en Empresas	Prácticas en Empresas. 2º Semestre - (Obligatoria Itinerario Profesional)	6
TRABAJO FIN DE MÁSTER	Trabajo Fin de Máster	Trabajo Fin de Máster (Orientación investigadora) 3º Semestre - (Obligatoria itinerario investigador)	15
		Trabajo Fin de Máster (Orientación profesional) 3º Semestre - (Obligatoria itinerario profesional)	

MÁSTERS, EXPERTOS Y OTROS TÍTULOS PROPIOS IMPARTIDOS



XV GRADUADO PROPIO EN ESTUDIOS INMOBILIARIOS

XV GRADUADO PROPIO EN ESTUDIOS INMOBILIARIOS

Título Propio de la Universidad de Málaga reconocido por el Consejo General de Colegios de Administradores de Fincas como Título de Acceso Directo a la Profesión.

OBJETIVO:

Dotar a los alumnos de la adecuada formación tanto teórica como práctica, para el ejercicio de la profesión.

DURACIÓN: 185 créditos (1.850 horas).

PLAN DE ESTUDIOS:

PRIMER CURSO - 61,5 Créditos	
CRÉDITOS	ASIGNATURA
7,5	Derecho Civil (A)
9	Matemáticas Financieras (A)
9	Dirección Financiera (A)
6	Economía Política (C)
6	Contabilidad (C)
6	Estadística Básica Elemental (C)
6	Estructura Económica (C)
6	Derecho Constitucional (C)
6	Marketing de servicios Inmobiliarios (C) (O)
SEGUNDO CURSO - 63 Créditos	
CRÉDITOS	ASIGNATURA
8	Derecho Civil II (A)
9	Derecho Mercantil (A)
10	Derecho Administrativo (A)
6	Contabilidad II (C)
4,5	Arrendamientos Rústicos y Urbanos (C)
6	Derecho del Trabajo y la Seguridad Social (C)
9	Informática Aplicada a Admón. de Fincas (A)
4,5	Consumidores, competencia y entorno (C)
6	Créditos Optativos
TERCER CURSO - 60,5 Créditos	
CRÉDITOS	ASIGNATURA
9	Derecho Civil III (A)
9	Derecho Financiero (A)
9	Organización y Admon. de Empresas (A)
4,5	Derecho Procesal (C)

Másters, Expertos y Otros Títulos Propios Impartidos

4,5	Derecho del Seguro (C)
4,5	Sistemas de construcción y conservación de Edificios (A)
4,5	P.H. y aprovechamiento tiempo determinado (C)
4,5	Deontología y normativa colegial (C)
4,5	Contratos de Obras y Servicios (C)
4,5	Propiedad Horizontal y el Proceso de Edificación (C)
2	Créditos Optativos

* (A): anual

* (C): cuatrimestral

* (O): optativa



XII MASTERS EN MARKETING DE NEGOCIOS

XII MASTERS EN MARKETING DE NEGOCIOS

Coordinado por el Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Economía y Administración de Empresas, viene a cubrir las necesidades de mejora y actualización continua de conocimientos para los profesionales titulados superiores y sirve de complemento y experiencia para los que acaban de terminar sus estudios en la Universidad.

OBJETIVOS:

Ampliar los conocimientos en Marketing y dotar de experiencia a los nuevos Licenciados y Diplomados para facilitar su incorporación al mercado laboral, así como actualizar la formación de los profesionales adaptándola a las nuevas exigencias del mercado.

DURACIÓN: 60 créditos (600 horas)

PLAN DE ESTUDIOS:

1. MARKETING RELACIONAL Y ORIENTACIÓN AL MERCADO

- 1.1. Del marketing clásico al marketing moderno.
- 1.2. El enfoque relacional y la nueva organización. La orientación al mercado.
- 1.3. El entorno como elemento decisor de los enfoques comerciales.
- 1.4. El marketing hoy.

2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL MARKETING

- 2.1. La planificación estratégica y el plan de marketing.
- 2.2. El análisis del entorno en la planificación estratégica. Técnicas de diagnóstico para la planificación de marketing.
- 2.3. Determinación de los objetivos, estrategias de marketing y plan de acción.
- 2.4. El control y presupuesto del plan de marketing.
- 2.5. El plan de marketing en la práctica.

3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

- 3.1. Identificación y delimitación de la competencia.
- 3.2. Herramientas y procesos de análisis de la competencia.
- 3.3. Evaluación y ponderación del escenario competitivo.
- 3.4. Estrategias de marketing frente al entorno competitivo.

4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- 4.1. El comportamiento de compra y consumo. Factores determinantes.
- 4.2. Determinación de mis clientes objetivos.
- 4.3. Tipología de la compra y respuestas comerciales.
- 4.4. Nuevas tendencias de comportamiento de compra y consumo.

5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- 5.1. Conceptos de la investigación de mercados.
- 5.2. El proceso de investigación comercial.
- 5.3. Investigación cualitativa.
- 5.4. Técnicas cuantitativas.

5.5. Muestreo, trabajo de campo y análisis de los datos.

6. DECISIONES SOBRE LA GAMA DE PRODUCTOS

- 6.1. El concepto y características del producto desde la óptica del marketing.
- 6.2. El ciclo de vida de los productos. Implicaciones estratégicas.
- 6.3. La cartera de productos: análisis y alternativas estratégicas.
- 6.4. El valor y la gestión de la marca.
- 6.5. Lanzamiento de nuevos productos.

7. LA GESTIÓN DE PRECIOS COMO HERRAMIENTA DE MARKETING

- 7.1. Los precios como instrumento de marketing.
- 7.2. Condiciones y objetivos de la política de precios.
- 7.3. Métodos de fijación de precios.
- 7.4. Estrategias de los precios.

8. DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

- 8.1. Estructura de los canales de distribución.
- 8.2. Estrategias de distribución del fabricante.
- 8.3. Análisis de las relaciones entre fabricante y distribuidor.
- 8.4. Estrategias del distribuidor.
- 8.5. Evaluación espacial y selección del emplazamiento comercial.

9. NUEVAS TENDENCIAS DE COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

- 9.1. Análisis del panorama actual de la comunicación en España.
- 9.2. Diseño y estrategia de un plan de comunicación. Análisis de campaña.
- 9.3. Estrategias creativas, estrategias de medios. Control.

10. E-MARKETING

- 10.1. Estrategias de marketing online.
- 10.2. Posicionamiento web y otras estrategias.
- 10.3. El CRM en el Marketing
- 10.4. Las redes sociales y el community management.
- 10.5. La competencia en la red.

11. NUESTROS CLIENTES: SU GESTIÓN, SATISFACCIÓN Y FIDELIZACIÓN

- 11.1. Gestionando a nuestros clientes.
- 11.2. CRM. ¿Cómo conocer a mis clientes?.
- 11.3. La fidelización de clientes
- 11.4. Gestión de quejas y sugerencias.

12. MERCHANDISING

- 12.1. Técnicas de presentación.
- 12.2. Técnicas de seducción.
- 12.3. Técnicas de gestión.

13. LOGÍSTICA COMERCIAL

- 13.1. El sistema y las funciones logísticas.
- 13.2. Técnicas de automatización de almacenes.
- 13.3. Los procesos de aprovisionamiento y distribución del Minorista.

14. MARKETING INTERNO

- 14.1. Marketing interno, la importancia del cliente interno.
- 14.2. La negociación, motivación y formación dentro de la empresa.
- 14.3. La comunicación directa interpersonal.

15. MARKETING DE SERVICIOS

- 15.1. Marketing de servicios. ¿Un marketing diferente?
- 15.2. La servucción como estrategia clave en el marketing de servicios.
- 15.3. La gestión de la oferta de servicios.
- 15.4. Estrategias de marketing en las empresas de servicios.
- 15.5. La calidad del servicio como estrategia de marketing.

16. MARKETING INTERNACIONAL

- 16.1. La internacionalización de la Empresa.
- 16.2. El entorno internacional.
- 16.3. Factores determinantes en el proceso de internacionalización de la empresa.
- 16.4. Fuentes de información en marketing internacional.

16.5. El marketing-mix internacional.

17. MARKETING DIRECTO

17.1. El marketing directo del siglo XXI.

17.2. Herramientas de gestión del marketing directo.

17.3. Estrategias de captación y fidelización de clientes on-line.

18. COMERCIO ASOCIADO

18.1. El comercio asociado en el entorno de la moderna distribución.

18.2. La franquicia como estrategia de comercio asociado.

18.3. Control de la Red (cliente misterioso).

18.4. Estrategias de expansión e internacionalización en la franquicia.

18.5. Gestión multifranquicia.

19. GESTIÓN DE VENTAS

19.1. La venta personal.

19.2. Negociación vs. Venta.

19.3. Técnicas de negociación y cierre de ventas.

19.4. Motivación y gestión del equipo de ventas.

20. PATROCINIO Y RRPP

20.1. Patrocinio como estrategia de comunicación empresarial.

20.2. Planificación de eventos deportivos y culturales.

20.3. RRPP y formación de portavoces.

20.4. Gabinetes de comunicación. El caso del Museo Picasso.

21. ÉTICA Y MARKETING SOCIAL

21.1. Marketing Social: marketing con causa.

21.2. Ética y Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

21.3. Fundraising.



XII EXPERTO EN MARKETING DE NEGOCIOS

XII EXPERTO EN MARKETING DE NEGOCIOS

Coordinado por el Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Economía y Administración de Empresas, viene a cubrir las necesidades de mejora y actualización continua de conocimientos para los profesionales titulados superiores y sirve de complemento y experiencia para los que acaban de terminar sus estudios en la Universidad.

OBJETIVOS:

Ampliar los conocimientos en Marketing y dotar de experiencia a los nuevos Licenciados y Diplomados para facilitar su incorporación al mercado laboral, así como actualizar la formación de los profesionales adaptándola a las nuevas exigencias del mercado.

DURACIÓN: 30 créditos (300 horas)

PLAN DE ESTUDIOS:

1. MARKETING RELACIONAL Y ORIENTACIÓN AL MERCADO

- 1.1. Del marketing clásico al marketing moderno.
- 1.2. El enfoque relacional y la nueva organización. La orientación al mercado.
- 1.3. El entorno como elemento decisor de los enfoques comerciales.
- 1.4. El marketing hoy.

2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL MARKETING

- 2.1. La planificación estratégica y el plan de marketing.
- 2.2. El análisis del entorno en la planificación estratégica. Técnicas de diagnóstico para la planificación de marketing.
- 2.3. Determinación de los objetivos, estrategias de marketing y plan de acción.
- 2.4. El control y presupuesto del plan de marketing.
- 2.5. El plan de marketing en la práctica.

3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

- 3.1. Identificación y delimitación de la competencia.
- 3.2. Herramientas y procesos de análisis de la competencia.
- 3.3. Evaluación y ponderación del escenario competitivo.
- 3.4. Estrategias de marketing frente al entorno competitivo.

4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- 4.1. El comportamiento de compra y consumo. Factores determinantes.
- 4.2. Determinación de mis clientes objetivos.
- 4.3. Tipología de la compra y respuestas comerciales.
- 4.4. Nuevas tendencias de comportamiento de compra y consumo.

5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- 5.1. Conceptos de la investigación de mercados.
- 5.2. El proceso de investigación comercial.
- 5.3. Investigación cualitativa.

5.4. Técnicas cuantitativas.

5.5. Muestreo, trabajo de campo y análisis de los datos.

6. DECISIONES SOBRE LA GAMA DE PRODUCTOS

6.1. El concepto y características del producto desde la óptica del marketing.

6.2. El ciclo de vida de los productos. Implicaciones estratégicas.

6.3. La cartera de productos: análisis y alternativas estratégicas.

6.4. El valor y la gestión de la marca.

6.5. Lanzamiento de nuevos productos.

7. LA GESTIÓN DE PRECIOS COMO HERRAMIENTA DE MARKETING

7.1. Los precios como instrumento de marketing.

7.2. Condiciones y objetivos de la política de precios.

7.3. Métodos de fijación de precios.

7.4. Estrategias de los precios.

8. DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

8.1. Estructura de los canales de distribución.

8.2. Estrategias de distribución del fabricante.

8.3. Análisis de las relaciones entre fabricante y distribuidor.

8.4. Estrategias del distribuidor.

8.5. Evaluación espacial y selección del emplazamiento comercial.

9. NUEVAS TENDENCIAS DE COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

9.1. Análisis del panorama actual de la comunicación en España.

9.2. Diseño y estrategia de un plan de comunicación. Análisis de campaña.

9.3. Estrategias creativas, estrategias de medios. Control.

10. E-MARKETING

10.1. Estrategias de marketing online.

10.2. Posicionamiento web y otras estrategias.

10.3. El CRM en el Marketing

10.4. Las redes sociales y el community management.

10.5. La competencia en la red.



II CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN DISEÑO GRÁFICO

II CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN DISEÑO GRÁFICO: MARKETING CREATIVO Y CREATIVIDAD APLICADA, de OCTUBRE de 2012.

OBJETIVO:

Seminario-taller encaminado a que los alumnos que deseen desarrollar su actividad profesional en el campo del marketing, dominen algunas herramientas complementarias para el desarrollo de su trabajo.

DURACIÓN: 4 créditos (30 horas presenciales)

PROGRAMA:

1. Introducción a la imagen vectorial y el mapa de bits.
2. Trabajar con archivos.
3. Retoques globales.
4. Trabajar con selecciones.
5. Las herramientas de selección II.
6. Capas.
7. Texto.
8. Formatos e Impresión.
9. La marca.
10. Proyecto final.



II CURSO DE ESPECIALIZACIÓN SOCIAL MEDIA Y MARKETING

II CURSO DE ESPECIALIZACIÓN SOCIAL MEDIA Y MARKETING ONLINE, de DICIEMBRE de 2012.

OBJETIVO:

Seminario-taller encaminado a que los alumnos que deseen desarrollar su actividad profesional en el campo del marketing, dominen las herramientas de marketing online y social media.

DURACIÓN: 3 créditos (20 horas presenciales)

PROGRAMA:

1. Desarrollo del pensamiento estratégico on line.
2. Comunicación en redes sociales (facebook, twitter, pinterest e instagram).
3. Creación de un blog en wordpress y optimización para posicionamiento web.
4. Análisis de palabras clave.
5. Utilización de herramientas de Community Management.
6. Analítica web (Google Analytics).
7. Proyecto final.



II CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EL CMR COMO HERRAMIENTA DE MARKETING

II CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EL CMR COMO HERRAMIENTA DE MARKETING, de 14 al 22 de abril de 2013.

OBJETIVO:

Proporcionar habilidades en el uso del CRM como herramienta para la selección, posicionamiento, gestión y relación con los clientes.

DURACIÓN: 4 Créditos.

PROGRAMA:

1. ¿Qué papel juega el CRM en el marketing actual?
2. Manejo de software de CRM ... aprendiendo a usar la
3. herramienta de CRM.
4. Del consumidor al cliente fans.
5. Gestionando la cartera de clientes a través del CRM.
6. Experiencias empresariales basadas en el CRM. (Mesa redonda)



IV CURSO DE CONTABILIDAD INFORMATIZADA: CONTAPLUS

IV CURSO DE CONTABILIDAD INFORMATIZADA: CONTAPLUS, del 20 de noviembre al 11 de diciembre de 2013.

OBJETIVOS:

La formación orientada al ámbito profesional en tema de gestión contable a través de la aplicación informática ContaPlus. El alumno adquirirá los conocimientos necesarios que le permitirán llevar la contabilidad de una empresa a través de este programa, uno de los más difundidos y utilizados del mercado.

DURACIÓN: 3 créditos (30 horas)

PROGRAMA:

1. Presentación del ContaPlus.
2. Alta de Empresas.
3. Gestión de Asientos contables.
4. Elaboración de Estados Contables.
5. Cierre de Ejercicio.
6. Otras Opciones Contables.



I CURSO-TALLER DE BRANDING: CONSTRUIR Y GESTIONAR UNA MARCA

I CURSO-TALLER DE BRANDING: CONSTRUIR Y GESTIONAR UNA MARCA, 15, 22 y 29 de marzo de 2014

OBJETIVOS:

Desarrollar los conceptos básicos de un proyecto de marca real: proceso, metodología, herramientas y realidades de esta disciplina.

DURACIÓN: El curso consta de 2 Créditos, 3 sesiones presenciales.

PROGRAMA:

1. Introducir al Branding y la Marca.
2. Tipos de Marcas.
3. Identidad e Imagen de Marca.
4. El Brand Meaning.
5. El Branding Asociativo.
6. El Diagnóstico y Evaluación de Marca.
7. Valores y Personalidad de Marca.

8. Los Arquetipos de Jung.
9. Posicionamiento y Propuestas de Valor.
10. Comportamientos y Actitudes.
11. Creación de la Plataforma de Marca.
12. Usos de la Plataforma de Marca.
13. Activación y Plan de Implicaciones.
14. El ciclo de vida de Marca.
15. La Identidad Visual.
16. La Identidad Verbal.
17. Proyecto Final

PROFESORADO:

Será impartido principalmente por **IVÁN DÍAZ**, fundador de **Branzai, Revista y Consultoría especializada en Gestión de Marcas**

Pueden conocer más sobre el ponente en: <http://www.branzai.com/p/el-autor.html>



**I CURSO
TALLER DE
BRANDING:
CONSTRUIR
Y
GESTIONAR
UNA
MARCA**

BE BU
Coca-Cola
Starbucks
COFFEE
sterco
IKI

Créditos:
2 ECTS (15 hrs presenciales)

Preinscripción:
Hasta 27 febrero 2014

Fecha de inicio:
15 de marzo de 2014

Horario:
Sábados de 9 a 14 horas

Lugar:
Fac. Comercio y Gestión

Nº de plazas: 60

Precio: 50€

Inscripción en:
<http://www.uma.es/vnue/tpropias/preview.php?codigo=81506315001-6>

BRANZAI
MAGAZINE DE BRANDING Y MARCAS

UMA
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Facultad de Comercio y Gestión

Cursos sobre cooperación al desarrollo
Convalidables por créditos de libre configuración en Licenciaturas y Grados

Curso 2013

XI curso de Introducción a la Cooperación Internacional para el Desarrollo
17 al 31 de octubre de 2013

XIII curso de Gestión de Proyectos de Cooperación para el Desarrollo
14 al 29 de noviembre de 2013

Plazas limitadas

Matrícula: 75 euros
Puedes encontrar más información de cada curso en <https://sites.google.com/site/umapode/cursos-umapode>

Organizan

ma
entreculturas
CONSEJO REGULADOR DE LA EDUCACIÓN

Colabora

Ingeniería Sin Fronteras



CURSOS DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO

PRIMER SEMESTRE 2013-2014:

XI CURSO DE INTRODUCCIÓN A LA COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO, del 17 al 31 de octubre de 2013.

OBJETIVO:

Proporcionar a profesionales y futuros profesionales en muy diversos sectores, un conocimiento sobre la realidad que le rodea y sobre las distintas estrategias de lucha para la erradicación de la pobreza. Así mismo, pretenden servir como plataforma para la capacitación y promoción del voluntariado.

DURACIÓN: 3 créditos (30 horas)

PROGRAMA:

1. Aproximación histórica a la problemática Norte-Sur
2. Teorías del Desarrollo
3. Desarrollo Sostenible

4. Cooperación Internacional para el Desarrollo
5. Ayuda Oficial para el Desarrollo.
6. Organismos Internacionales
7. Relaciones Comerciales Internacionales
8. Ética de la cooperación

Cursos sobre cooperación al desarrollo

Convalidables por créditos de libre configuración en
Licenciaturas y Grados

Curso 2013

XI curso de **Introducción a la Cooperación Internacional para el Desarrollo**

17 al 31 de octubre de 2013

XIII curso de **Gestión de Proyectos de Cooperación para el Desarrollo**

14 al 29 de noviembre de 2013



Plazas limitadas

Matrícula: 75 euros

Puedes encontrar más información de cada curso en
<https://sites.google.com/site/umapode/cursos-umapode>

**XIII curso de GESTIÓN DE PROYECTOS DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO,
del 14 al 29 de noviembre de 2013**

OBJETIVO:

Pretende mostrar la gestión de proyectos como un instrumento de cooperación para el desarrollo y una herramienta para la lucha contra la pobreza. Así mismo, pretende servir como plataforma para la capacitación y promoción del voluntariado.

DURACIÓN: 3 créditos (30 horas)

PROGRAMA:

1. Proyectos de cooperación para el desarrollo
2. Enfoque del Marco Lógico (EML)
3. Identificación de proyectos de cooperación
4. Formulación de proyectos
5. Evaluación de proyectos
6. Casos prácticos

Tesis Doctorales Leídas

Título: Actitud directiva: La esencia de la capacidad para innovar. Análisis en la alta cocina española.

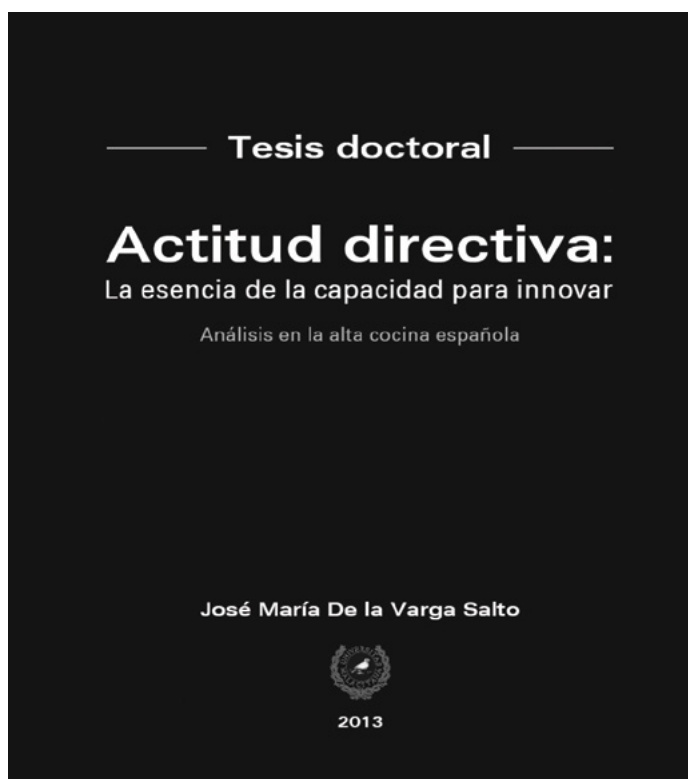
Doctorando: D. JOSÉ MARÍA DE LA VARGA SALTO

Directores: Don José Rodríguez Rodríguez y Doña Fuensanta del Carmen Galindo Reyes

Departamento: Economía y Administración de Empresas

Fecha de lectura: 20 de septiembre de 2013

Calificación: *Sobresaliente Cum laude*



Graduación Gestión y Administración Pública

APELLIDOS, NOMBRE

Arenas Muñoz, Román

Curras Baeza, Alfonso

Chelbat Doukkali, Hamza

Chicón Sarria, Patricia

Di Mauro Andújar, Mateo

Di Mauro Andújar, Juan Carlos

Díaz Paniagua, Alba

Díaz Ruiz, Matilde

Domínguez Torreblanca, Inmaculada

Enríquez García, Estela

Fernández Rueda, Almudena

García Cobos, Ester

García Ortigosa, Ismael

Gavilán Fernández, Ana María

Gutiérrez Vela, José Antonio

Luna Rosales, Francisco José

Medina Romero, Felipe

Molina Montero, Lorena

Moreno Gema, Patricia

Moreno Villalba, María

Muñoz González, Araceli

Ortega Montes, María José

Osorio Martín, Cruz

Pascual García, Remedios

Pozo Galisteo, Cristina

Prieto López, Adela del P.

Reyes Molina, Manuel

Reyes Rodríguez, Sara

Román Fernández, Antonio Javier

Rosado Naranjo, Nerea

Sánchez Benítez, Juan Jesús

Siles Cruz, Lucía

Vargas Rodríguez, María Nieves

Zofío Pérez, Juan Pablo



FACULTAD DE COM

GRADUADO EN GESTIÓN Y A

PROMOCIÓN



Eva María González Ballester
Vicerrectora de Calidad,
Cultura y Sostenibilidad



Roberto Cortés Rodríguez
Vicerrector de Ordenación Académica
Profesorado



Daniel Carrasco Díaz
Contabilidad y Gestión



Alberto Cortés González
Comunicación Audiovisual y Publicidad



Juan Francisco Galera Martín
Contabilidad y Gestión



Juan Rodríguez Rodríguez
Economía y Administración de Empresas



Luis Corbellán Puga
Derecho del Estado y Sociología



Elena Alonso Cabello
Mijas



Román Arenas Muñoz
Baeza (Córdoba)



Hamza Chelbat Doukkali
Tánger



Patricia Chicón Sarria
Málaga



Alfonso Cortés Raza
Madrid



Juan Carlos Di Mauro Andujar
Granada



Mateo Di Mauro Andujar
Granada



Ana María Gavilán Fernández
Málaga



Gabriel González Castillo
Rincón de la Victoria



José Antonio Gutiérrez Vela
Málaga



Nieves María León Lirio
Huelva-Jaén



Francisco José Luna Rosales
Luzerna-Ciudad de



Felipe Medina Romero
Málaga



Lorena Molina Morero
Málaga



Cristina Pozo Galisno
Sierra de Yeguas



Adela Del Pilar Prieto López
Málaga



Manuel Reyes Molina
Dílar



Sara Reyes Rodríguez
Málaga



Lydia Río López
Marbella



Francisco Manuel Rodríguez Zentila
Málaga



Antonio Javier Román Ferrn
Málaga

UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

COMERCIO Y GESTIÓN

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

EDICIÓN 2010-2014



Francisco Cardozo García
Decano



Salvador Medina Ruiz
Vicedecano de Investigación
y Asuntos Académicos



Benjamin del Alcazar Martinez
Vicedecano de Alumnado
y Cooperación Empresarial



Francisco Cardozo García
Decano



María Dolores Soriano
Economista Aplicada
(Econometría y Estadística)



Juan Carlos Pérez García
Derecho Administrativo



Sebastián Escamez Naranjo
Derecho Público
Derecho Internacional Público y
Derecho Penal



Francisco Cardozo García
Derecho Administrativo



María José Valencia Quintana
Contabilidad y Gestión



Alba Díaz Paniagua
Málaga



Matilde Díaz Ruiz
Antequera



Inmaculada Dominguez Toriblanca
Málaga



Estela Enriquez García
Málaga



Almudena Fernández Rueda
Málaga



Ester García Cobos
Lucena-Córdoba



Ismael García Ortigosa
San Pedro de Alcántara



Patricia Moreno Gerna
Málaga



Ángela Moreno Priego
Torre del Mar



María Moreno Villalba
Málaga



Araceli Muñoz González
Lucena-Córdoba



María José Ortega Montes
Córdoba



Cruz Osorio Martín
Málaga



Remedios Pascual García
Puriana-Málaga



Nerea Rosado Naranjo
Ronda



José Javier Ruiz Martín
Vélez-Málaga



Juan Jesús Sánchez Benítez
Vía de Algeciras



Gracia Sarrías Bueno
Málaga



Lucía Siles Cruz
Vía de Algeciras



María Nieves Vargos Rodríguez
Málaga



Juan Pablo Ziffo Pérez
Guadalupe



Graduación Marketing e Investigación de Mercados

APELLIDOS, NOMBRE	
Aguilar Madero, Sonia	Caballero Écija, Lidia
Almeida Fernández-Galiano, Carlos	Cabrillana Campillos, María del Mar
Almenta López, Fátima María	Caffarena Iribarne, Ignacio
Arias Aguilar, Alejandro	Calderón Carvajal, Óscar Alberto
Artacho Arrabal, Lorena	Calvente Pedrosa, Estefanía
Asan, Agustín	Cámara Gutiérrez del Alam, Pedro
Balboa García, Daniel	Capel Morales, Adrian
Bandera Trujillo, Juan José	Carreras Jiménez, Alvaro José
Barranquero Ramos, Enrique	Carrillo Molina, Rocío
Barrionuevo Canto, Francisco J.	Castellano Fernández, José Manuel
Béjar Arrabal, Óscar	Castillero Andújar, Alejandro
Beltran Rodríguez, Laura	Castillero Corral, Lidia
Benítez Fernández, M ^a Carmen	Castillo Matos, Patricia
Berdejo Esteban, Luis	Caviasca Pereda, Daniel
Bermúdez Gavilán, Ana	Cayuela González, María de los Ángeles
Bernal Guerrero, Cristina	Cebrián Seoane, María Carolina
Bouymejan, Alina	Cerón Fernández, Francisco Jesús
Bravo Cascado, José Manuel	Cortés Conejo, Esperanza
Bravo Díaz, Isabel María	Cortés Cruz, Jesús
	Cruz Osuna, Rafael

Cuevas Blanco, Nuria

Chamoso Murga, Víctor Joseba

Christiny Zighelboim, Gabriela

D'Agostino, Pablo

Dai, Man

de Candía, Rodrigo Andrés

de Castro López, Sergio

de la Rosa del Pino, Álvaro

Delgado Álvarez, Ana Pilar

Delgado Posadas, Virginia

Delgado Quero, Carolina

Díaz Casquero, Álvaro

Doblas Rubiales, Alejandro

Domínguez Gil, Verónica Victoria

Donda Martín, José Antonio

Doña Vera, Inmaculada

El Hlimi Chair, Rokaya

Estrada Calvo, Amanda María

Expósito Lara, Carmen

Fernández Fernández, Javier Alonso

Fernández Matas, Noelia

Flores Marín, Manuel

Florin Bertrand, Yves

Florín Bertrand, Sandra

Fortes Gómez, Juan Manuel

Gagliardi Muñoz, Lidia Patricia

Galvez Llamas, Eva María

Gallardo González, Marta

García Bermúdez, José Manuel

García del Río, Patricia

García Garriga, Antonio Jesús

García Lobato, María

García Mármol, José María

García Negrete, Moisés

García Valle, Miguel

Geng, Cheng

Godoy Arroyo, Antonio

Gómez Alaez, Almudena

Gómez Ruiz, Cristina

González Báez, Beatriz

González Morales, Juan Jesús

González Pérez, Víctor Modesto

González Sánchez, Almudena	Martín Harillo, Cristina Manuela
Guerrero Ginés, Lorena	Martín Martín, José Cristóbal
Guerrero Girón, Javier	Martín Núñez, Pedro
Guerrero Morales, María	Medina Lozano, Cristina
Guisado Chávez, M ^a de los Ángeles	Mena Ramírez, Gabriel
Gutiérrez Coronado, Marta	Mesa Lorenzo, Estefanía
Harmal, Souad	Mharchi Houch, Yasmina
Hidalgo Gutiérrez, Inmaculada	Miños González, Santiago
Hornero Jiménez, Beatriz	Mora Peña, Alejandro
Iglesias Moura, Victoria María	Morales Carrillo, Cristóbal
Iraqi, El Ghali	Moreno Carrasco, Raquel
Jiménez González, Juan Daniel	Moreno García, Rafael
Lasaga Cano, Antonio Luis	Navarro Cid, Abel
Leiva Pascual, Sonia Esperanza	Navarro Medina, Alfonso
Liu, Lijia	Nebro Orozco, Andrés
López Castro, Jesús Manuel	Nuño Rodríguez, Alberto
Lupion Delgado, Virtudes	Ortega Fernández, Manuel
Luque Guirval, Paula	Pacheco Compañía, Marta
Maldonado Canca, Luis Alfonso	Palma Portillo, Marta
Maldonado Ruz, Marta	Palomo Mena, José Antonio
Mancera Agüera, Adrián	Paniagua Gutiérrez, Jesús
Marín Muñoz, Marta	Pardo Quintana, Lorena Alejandra
Márquez Ordóñez, Cristina	Pérez González, Marina

Pérez Nebro, Selene

Pérez Sillero, Francisco Ángel

Pérez Valderrama, Sara

Piña Martín, Manuel

Portales Galán, María

Prieto López, Adela Patricia

Ramírez Fernández, José María

Rincon García, David

Ríos Jiménez, Juan Antonio

Rivero Esteban, Paula

Rodríguez López, Enrique Leopoldo

Rodríguez Vellibre, Sergio

Román Vidaurreta, Blanca María

Romero Ruiz, Eva María

Ruiz Castillo, Ramón Jesús

Ruiz Lara, Francisco

Ruiz Valderrama, José María

Sánchez Martínez, Ramón

Sánchez Millo, Jon

Sánchez Rosado, Blanca

Sanzo Jiménez, María Francisca

Segovia Páez, Josefina Isabel

Serrano Manzanares, Francisco

Sierra Martín, Mario

Texeira Ruiz, Ignacio

Torralvo Cortés, Fátima

Triano Navas, Juan Ramón

Trumper Oña, Alejandro

Urbano Arnaiz, Carla

Valverde Rejano, Ignacio

Valverde Salgado, Miriam

Vargas Medina, Juan Antonio

Velázquez Pulido, Luis Ángel

Vergara Cuenca, Pablo José

Viano Pastor, Alejandro

Vieira da Silva, Miriam

Vilaseca Sánchez, Violeta

Villalobos Subires, Alejandro

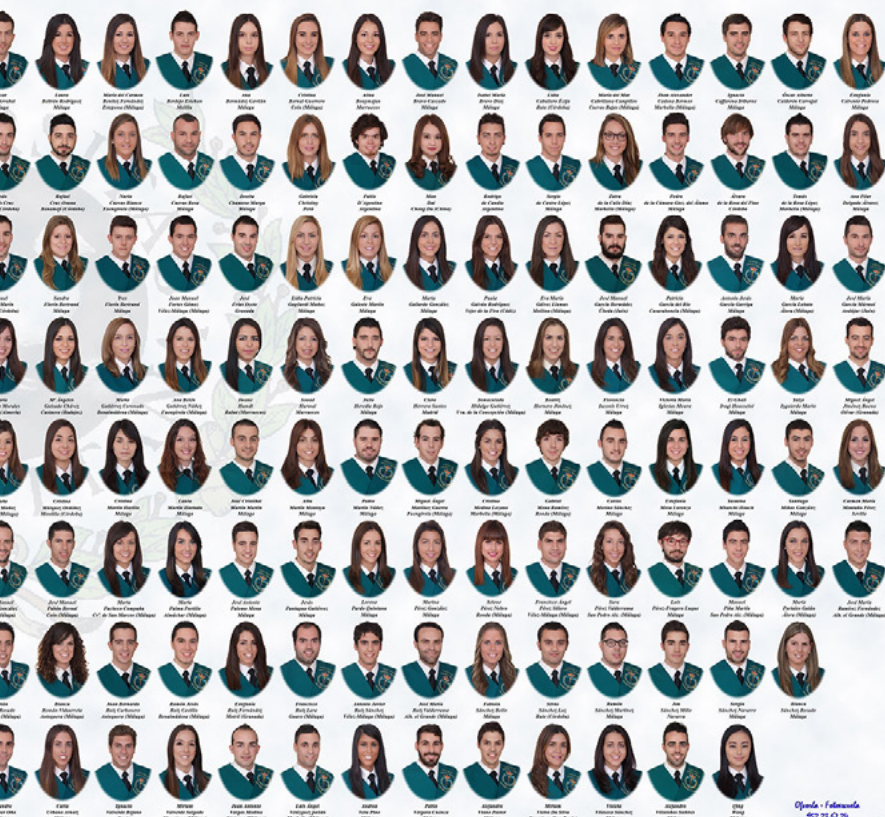
Wang, Qing



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

COMERCIO Y GESTIÓN

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



2010 - 2014

Oficina - Edificio 26
952 29 01 26

Programa de Prácticas

Durante el curso se ha desarrollado el segundo año del programa de prácticas de empresas, con un notable incremento del número de participantes, tanto de empresas como de alumnos, donde se refleja un alto grado de satisfacción. A continuación se presentan algunos datos del programa:

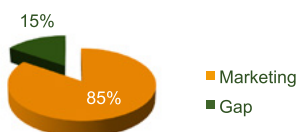
INFORME DE PRÁCTICAS



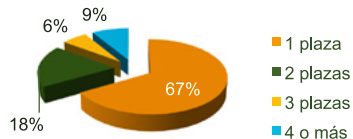
CONVENIOS FIRMADOS Y OFERTA

📌 Total convenios firmados: 136

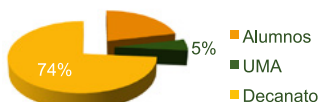
Por titulación



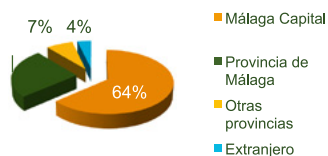
Número de plazas por empresa



Origen empresa

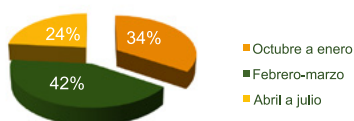


Sede empresa

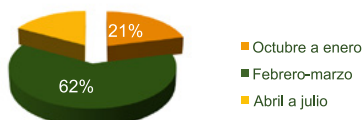


CONVENIOS FIRMADOS Y OFERTA

Plazas ofertadas por periodos



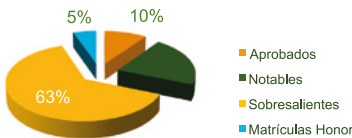
Fecha de inicio de las plazas ocupadas



CALIFICACIONES

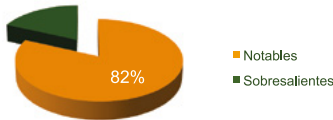
Marketing:

- Aprobados 11
- Notables 24
- Sobresalientes 77 (M.H. 6) (10:20)

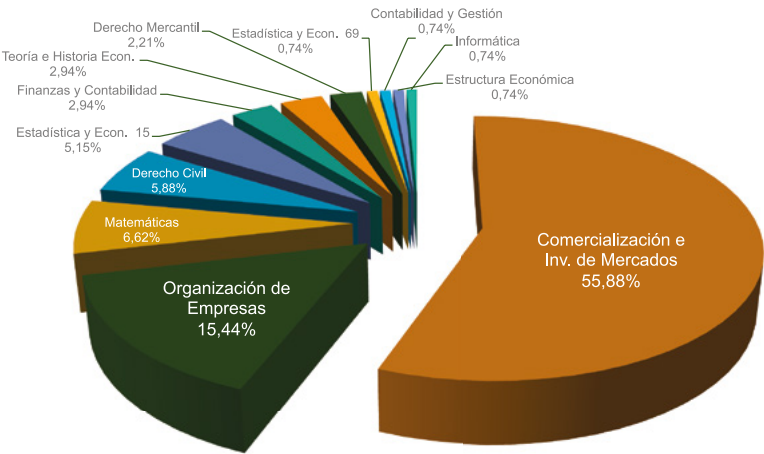


GAP:

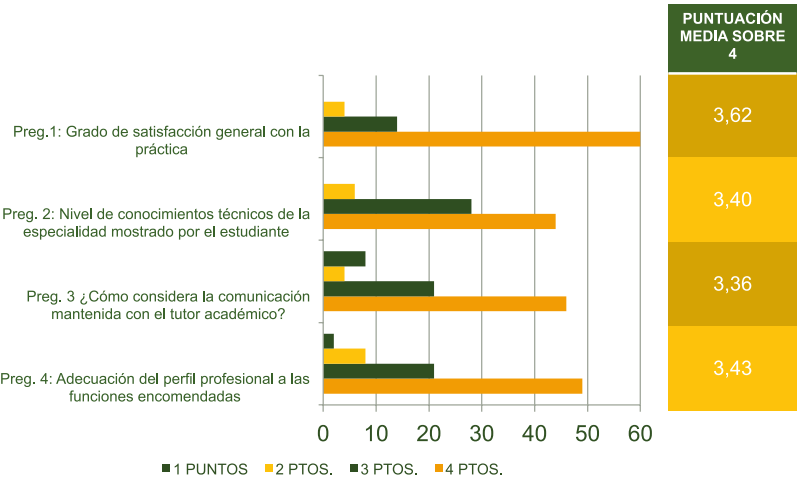
- Aprobados: 0
- Notables 10
- Sobresalientes 4



DEPARTAMENTOS/AREAS QUE HAN PARTICIPADO EN LA TUTORIZACIÓN

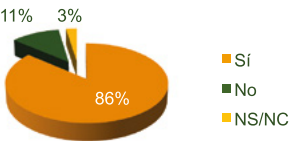


ENCUESTAS TUTORES EMPRESAS

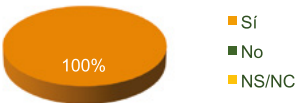


ENCUESTAS TUTORES EMPRESAS

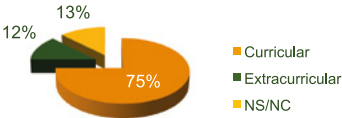
Preg. 6: Si de usted dependiera, ¿contrataría al estudiante?



Preg. 7: ¿Volvería a tener un estudiante en prácticas?

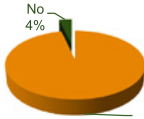


Preg. 8: Modalidad de prácticas

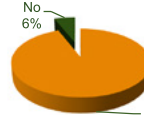


ENCUESTAS ALUMNOS

Preg. 1: La duración de las prácticas adecuada



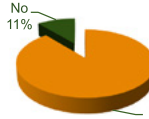
Preg. 2: El ambiente de trabajo era agradable



Preg. 3: Mi formación era adecuada para las tareas encomendadas



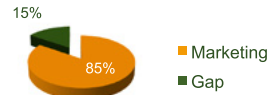
Preg. 4: El tutor asignado por la empresa se interesaba por mi trabajo



RESUMEN EMPRESAS Y OFERTA DE PRÁCTICAS

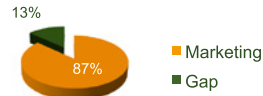
➤ Total convenios firmados: 136

- ➔ GAP: 21
- ➔ Marketing: 115



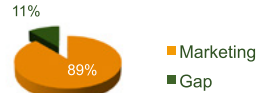
➤ Número de plazas ofertadas: 234

- ➔ GAP: 31
- ➔ Marketing: 203



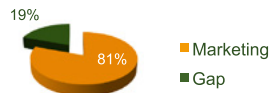
➤ Plazas ocupadas: 126

- ➔ GAP: 14
- ➔ Marketing: 112



➤ Tutores: 35 (12 Departamentos/áreas)

- ➔ GAP: 7
- ➔ Marketing: 29



Relación de Empresas Pertenecientes al Programa de Prácticas

ACADEMIA JESÚS AYALA

ACCIÓN MK

AIR QUALITY MÁLAGA

AJE

ALTRA CORPORACIÓN

APLICACIONES TEC. JUMA

ARTENESS

ASESORÍA CARLOS RUBIALES

ASESORÍA JIMÉNEZ BEATO

ASESORÍA MEDINA MARÍN

AULA MAGNA

AUTOMOR EXPERIENCE

AUTOMOTOR PREMIUM

AUTOS BELLAMAR

AUTOS SAFAMAR

AYTO. DE ALMUÑECAR

AYTO. DE ARRIATE

AYUNTAMIENTO DE CUTAR

AYTRO. JIMERA DE LIBAR

AYUNTAMIENTO DE IZNATE

AYUNTAMIENTO DE LUCENA

AYUNTAMIENTO DE MARBELLA

AYUNTAMIENTO DE MARBELLA

AYTO. YUNQUERA

BCM GESTIÓN DE SERVICIOS

BCS CONSULTORES

CÁTEDRA PREVENCIÓN

CÁTEDRA VIABILIDAD EMPRESARIAL

CENACHERO FORMACIÓN

CENTRO COMERCIAL HIPPERWAGEN

CENTRO HISTÓRICO

CIT MARBELLA

CLUB MARKETING MÁLAGA

COPYRAP

CREALIDAD

DABO

DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE MÁLAGA

DIRECCIÓN GENERAL DE TRÁFICO

DISMOAUTO

DRUSO MAIOR

EFFICOLD S.A.

ESALIM ESC. BAILE

ESMAVEN

FACTORYFY

FACULTAD MARKETING

FLAMENCO RESERVAS Y EVENTOS EN

DIRECTOS

FUNDACIÓN MUSEO PICASSO MÁLAGA

GENERAL ELEVADORES

GESACAR

GESTIONA BUSSINES

GROSS CLÍNICA DENTAL

GESTIÓN 360

GESTORIA CARLOS RUBIALES

GRUPO OHP (ORTHER)	PINTURAS ANDALUCÍA
HAPPY KLIENT	SAFAMOTOR
HIERROS Y ALUMINIOS MEDINA	SAFAMOTOR AUTOS
HOLA MOBI	SAFAMOTOR SERVICE
HOTELBEDS	SAFAOCASIÓN
IELCO	SETYMA MEDIO AMBIENTE
IMPELLERS	SHAMBA PLAYA
INFORMA CONSULTORES	SINÉRGICA
INFORMÁTICA COSTA DEL SOL	SMURFITT KAPPA
JUAN LUIS PINTOR ANAYA	SOPDE
LA CALA RESORT	SOYUNAMARCA
LA OPINIÓN DE MÁLAGA	STANDBY CONSULTORES
LA VOZ DE HOY	TALENTO Y EMPLEO
LINKSOFT	TORCAL INNOVACIÓN Y SEGURIDAD
MACRUN	TORÉ INMUEBLES
MÁLACA INSTITUTO	TRACKING THE WORLD
MÁLAGA C.F. SAD	TROPICAL MILLENIUM
MARBELLA PREMIUM	UNICAJA BALONCESTO
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN SE-	VALS SPORT
RRANO	WALLACE CONSULTORES
MOLINA CABALLERO	
NOTARIA CASTRO	
OKAMY	
OLHL INGENIEROS	
PALACIO DE CONGRESOS COSTA DEL	
SOL	
PICKING	

Programas de Movilidad

De los diversos programas de movilidad a los que pertenece la Universidad de Málaga, la Facultad participa en cinco de ellos, abarcando universidades de todo el mundo. Estos son: el programa de movilidad de ERASMUS, el Sistema de Intercambio entre Centros Universitarios Españoles (SICUE), el programa de movilidad con Iberoamérica, Norteamérica, Asia y Oceanía, el programa ISEP (red formada por 275 instituciones universitarias en 39 países de todo el mundo), y el programa ERASMUS Mundus external Cooperation Window con Asia.



PROGRAMA DE MOVILIDAD ERASMUS

ERASMUS es el programa más importante de la Facultad, involucrando tanto a los profesores como coordinadores de movilidad y a los alumnos que se envían y los que se reciben. El número de convenios ERASMUS vigentes es de 21. Durante el curso se han enviado 44 alumnos y hemos recibido 17. Además, se han realizado 2 prácticas ERASMUS por parte de los alumnos, y 2 misiones docentes por parte del profesorado.

Listado de Universidades con las que tenemos convenio:

INSTITUCIÓN	PAÍS
VSB - Technical University Ostrava	REPUBLICA CHECA
Copenhagen Business School (Handelshøjskolen i København)	DINAMARCA
Université Pierre Mendès France, Grenoble II	FRANCIA
Université de Paris 13 (Paris-Nord)	FRANCIA
Université de Paris 13 (Paris-Nord)	FRANCIA
Université Paul Sabatier-Toulouse III	FRANCIA
Université de Tours	FRANCIA
Università degli Studi di Bari	ITALIA
Università degli Studi di Milano-Bicocca	ITALIA
Dublin Institute of Technology	IRLANDA
Avans University of Applied Sciences	PAISES BAJOS
Hanzehogeschool Groningen, Hanze University Groningen	PAISES BAJOS
Instituto Politécnico de Coimbra	PORTUGAL
Universidade Técnica de Lisboa	PORTUGAL
Instituto Politécnico de Santarém	PORTUGAL
Instituto Politécnico de Setúbal	PORTUGAL
Helena Chodkowska University of Management and Law in Warsaw	POLONIA
Wrocław University of Economics (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu)	POLONIA
Wyższa Szkoła Handlowa (University of Business)	POLONIA
Gediz University	TURQUÍA
University of Lincoln	REINO UNIDO

Presencia de la Facultad en Internet y las Redes Sociales

En este curso 2013/14, se ha puesto en marcha la nueva web del Centro, adaptada a la imagen de la universidad.



<http://www.uma.es/facultadcomercio/>

El grado en Marketing e Investigación de Mercados tiene una web especialmente orientada a los alumnos, donde se informa de eventos y temas de actualidad relacionados con el Marketing.



grado en marketing e investigación de mercados

ma FACULTAD DE Comercio y Gestión

Home Información Metodología Programa Salidas Profesionales Vida Universitaria Videoteca FAQs Blog

Blog de Grado en Marketing e Investigación de mercados Malaga UMA

6 Originales ejemplos de Ambient Marketing llenos de creatividad

A través de las acciones propias del **Ambient Marketing**, conseguimos crear experiencias e implicar a las personas mientras les hacemos llegar un mensaje. Se trata de transformar o reinventar lugares, instalaciones u objetos cotidianos, cambiando así su rol cotidiano por algo creativo donde hacer que los usuarios y nuestra marca interactúen.

Las posibilidades creativas del Ambient Marketing son infinitas: muchas son las marcas que ya lo han puesto en práctica con resultados altamente satisfactorios, y dando lugar a vivencias muy interesantes para los consumidores.

Por eso, como ya hicimos en un post anterior sobre el **Marketing de Guerrilla o Ambient Marketing**, hoy queremos estimular vuestra inspiración con esta nueva recopilación que hemos realizado con algunas acciones muy interesantes.

-Coca-Cola construye jardines temporales para alegrar las ciudades más grises

Coca-Cola Creates Park: Roll Out Happiness

Web o blog? He ahí el quid de la cuestión

Seguro que en alguna ocasión ya os habéis planteado esta duda, sobre todo si estáis llevando una marca o creando la vuestra personal: ¿Debo crear una web? ¿O es más recomendable un blog?

Como es natural, todo depende de los objetivos que hayáis establecido y cómo los planeáis alcanzar. No es lo mismo que simplemente os interese tener presencia en Internet mostrando vuestro producto o servicios, a que deseéis crear contenido constantemente actualizado que os proporcione una mayor interacción con vuestra audiencia.

Paso a paso

Guía para la Matriculación

Citas sobre Marketing

"Los líderes no crean seguidores, crean más líderes"

Tom Peters

Síguenos...

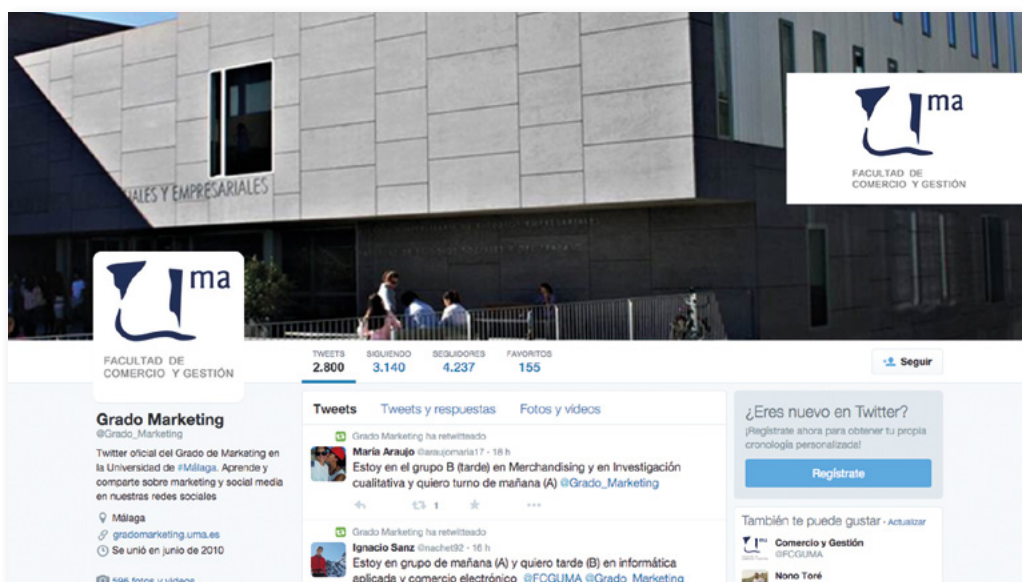
f t y

<http://gradomarketing.uma.es>

Además, puedes seguir a la Facultad en Facebook, con 800 fans, y en twitter con 2.800 seguidores.



<https://www.facebook.com/GradoMarketing>



https://twitter.com/Grado_Marketing



The background of the page is a photograph of a lecture hall, overlaid with a semi-transparent orange-to-red gradient. The hall features a large projection screen at the front, a camera mounted above it, and several rows of wooden desks and chairs facing the screen.

GALERÍA DE IMÁGENES CURSO 2013/14



CURSO CERO

12 de septiembre de 2013

Un año más, el Departamento de Economía Aplicada (Matemáticas) imparte el “Curso Cero” de Matemáticas para la Economía y la Empresa, dirigido a los alumnos de nuevo ingreso en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Con este curso se pretende que el alumno consiga una base de los conceptos básicos necesarios para seguir la asignatura “Matemáticas para la Economía y la Empresa”, que se imparte en primer curso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. El curso se imparte en el aula 0.6 de la Facultad, en horario de 10,00 a 13,00 horas.



LENGUA INGLESA

12 de septiembre de 2013

De acuerdo a las recomendaciones del Rectorado de esta Universidad y con el objetivo de ir aproximando progresivamente el grado de bilingüismo en este Centro, el curso académico 2013-14 imparte las clases de la asignatura de Marketing De Servicios de 4º curso, grupo A, del Grado En Marketing E Investigación De Mercados en lengua inglesa. Para matricularse en este grupo los alumnos no tienen más que solicitar su inclusión en el grupo A en secretaría en el momento de hacer su matrícula.

BRANDING GAMES

12 de septiembre de 2013

LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN PARTICIPA EN LA COMPETICIÓN ACADÉMICA BRANDING GAMES, organizada por BRANZAI.COM, la primera revista de Branding y Marcas de España. Branding Games es la primera competición en España entre futuros talentos de la creación y gestión de marcas de nuestras Universidades y profesionales amateurs. Branzai.com ofrece a los alumnos de nuestra Facultad de Comercio y Gestión que deseen participar, y de la Universidad de Málaga en general, que se inscriban en esta 2ª edición de forma totalmente gratuita.

BRANZAI.COM pone a disposición de los alumnos las BASES DEL BRANDING GAMES 2013, un documento informativo a modo de TUTORIAL, y uno de los PROYECTOS FINALISTAS DE LA EDICIÓN DE 2012 a modo de ejemplo.

www.branzai.com/2013/07/branding-games-2013.html

www.branzai.com/2014/03/branding-games-2014-ganadores.html



ACTITUD DIRECTIVA

20 de septiembre de 2013

El pasado viernes 20 de septiembre tuvo lugar en el Salón de Grados de la Facultad de Comercio y Gestión, el acto de lectura y defensa de la tesis doctoral titulada: “Actitud directiva: La esencia de la capacidad para innovar. Análisis en la alta cocina española”, realizada por el profesor José María De la Varga Salto. El acto estuvo presidido por el Catedrático de la Universidad de Sevilla, José Luis Galán, siendo también miembros del tribunal los catedráticos, Julio García del Junco, Universidad de Sevilla, y Francisca Parra Guerrero, Universidad de Málaga, y los profesores, Luciano del Álamo Díaz, Universidad Politécnica de Cataluña, y Enrique Nadales Rodríguez, Universidad de Málaga. La tesis doctoral ha sido dirigida por el Catedrático de Organización de Empresas, José Rodríguez Rodríguez, y la profesora Fuensanta Galindo Reyes, ambos del Departamento de Economía y Administración de Empresas de la Universidad de Málaga.

El objetivo central de la tesis ha sido analizar la incidencia que ejerce la actitud directiva sobre la capacidad para innovar de la organización, siendo el



marco elegido para el análisis empírico, el sector de la alta cocina española y más concretamente los restaurantes con estrellas en la Guía Michelin 2013. Para ello, el profesor José María De la Varga Salto, tras una presentación del marco teórico que incluía, entre otros, temas relacionados con la dirección estratégica, la innovación, la capacidad para innovar, las competencias directivas y la actitud directiva, expuso los distintos modelos de investigación recogidos en la tesis doctoral. A continuación, tras un análisis descriptivo del sector objeto de estudio, contrastó empíricamente los modelos planteados, para a partir de ahí exponer las principales conclusiones extraídas a raíz de la investigación realizada.



CALENDARIO ACADÉMICO

23 de septiembre de 2013

El lunes 23 de septiembre dan comienzo las clases de los Grados en Marketing e Investigación de Mercados y de Gestión y Administración Pública, exceptuando las asignaturas optativas de ambos Grados, que dan comienzo el 3 de octubre. Toda la información relativa al calendario, horarios, aulas y asignación de grupos está disponible en esta Web, dentro de la zona dedicada a cada una de las titulaciones y en la Guía del Estudiante de este Centro, de la que pueden retirar su ejemplar en Conserjería. Los programas de las distintas asignaturas están disponibles en la página del Vicerrectorado de Ordenación Académica y puede accederse a ellos a través de la sección de Programación Académica de esta misma web.

ORIENTACIÓN Y APOYO

24 de septiembre de 2013

Dirigido a los alumnos del primer curso del Grado de Marketing e Investigación de Mercados y el Grado en Administración Pública que desean ser tutorizados durante este curso 2013/14 por compañeros de cursos superiores, tienen lugar las JORNADAS DE BIENVENIDA DEL GRUPO DE ORIENTACIÓN UNIVERSITARIA (GOU) DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN. Dicha Jornada está enmarcada dentro del Programa de Orientación y Apoyo promovido y avalado por el Decanato de esta facultad. El acto se inicia con la presentación del proyecto a los alumnos por parte del Vicedecano de Alumnos y Cooperación Empresarial, D. Benjamín del Alcázar. Posteriormente se presentan los alumnos que ejercerán de tutores, pertenecientes al tercer y cuarto curso del Grado de Marketing e Investigación de Mercados, dirigidos por la alumna Blanca Sánchez Rosado, y realizan una exposición sobre la importancia de las tutorías entre iguales en las que ellos como alumnos de cursos superiores darán repuestas a las necesidades y demandas durante este primer año de Universidad a los alumnos. Igualmente informaron de la realización de talleres durante el curso en función de sus necesidades y siempre destinados a la adaptación



universitaria, a la mejora del rendimiento académico y a la ampliación de la formación. El acto finalizó con un pequeño juego en forma de Gynkana para que los alumnos allí presentes conocieran las instalaciones de la facultad de una forma original y dinámica. Posteriormente se les enviará una encuesta para ver cuáles son las necesidades que este año tendrá que cubrir el GOU de cara a los alumnos.

Más información en:

www.facebook.com/GOUcomerciogestionUMA

comercioygestiongou@gmail.com

Twitter: @GOU CYG



WEB DEL CENTRO

25 de septiembre de 2013

Se pone en marcha la nueva web del Centro, adaptada a la imagen de la universidad.



BIENVENIDA DECANO

26 de septiembre de 2013

El martes 26 septiembre el equipo Decanal del Centro visitó las distintas clases de primer curso para dar la bienvenida a los alumnos de nueva incorporación y ofrecerles diversa información relevante para facilitarles su integración en el ámbito universitario. A lo largo de toda la jornada, se acudió a las aulas de los distintos Grupos tanto del Grado en Marketing e Investigación de Mercados como de Gestión y Administración Pública. En el transcurso de la jornada se les informó sobre las instalaciones del Centro, los servicios prestados, los medios de comunicación e información a disposición de los alumnos, etc. Asimismo se les ofreció información para facilitarles los procesos de registro que deben realizar tanto en DUMA como en el Campus Virtual. También acompañó al equipo Decanal un representante de los alumnos y del Grupo de Orientación Universitaria, que les informó sobre esta iniciativa desarrollada por alumnos voluntarios del Centro de los últimos cursos.



APERTURA OFICIAL 2013/2014

14 de octubre de 2013

El lunes 14 de octubre tiene lugar en el Salón de Actos del Complejo de Estudios Sociales y de Comercio el tradicional Acto de Apertura del Curso Académico, presidido por la Rectora de esta Universidad y el Consejero de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía, José Sánchez Maldonado, catedrático de universidad y profesor de nuestro centro, así como el secretario general de Universidades, Francisco Triguero, destacadas personalidades de la ciudad y representantes de la judicatura, el mundo empresarial, las fuerzas armadas y otros sectores de la sociedad malagueña. El acto estuvo marcado por un reivindicativo discurso de la rectora, Adelaida de la Calle, en la apertura de un curso en el que la UMA imparte 64 grados, donde reclama el dinero que se adeuda a las universidades y más financiación para investigadores. Por otra parte, la Lección inaugural, a cargo de Carmen Sanchidrián Blanco, catedrática de la Facultad de Ciencias de la Educación, hizo un repaso a la historia cultural y social de la educación.

<http://www.uma.es/sala-de-prensa/noticias/la-rectora-reclama-el-dinero-que-se-adeuda-las-universidades-y-financiacion-para-los-investigadores/>

V EDICIÓN PREMIOS CLUB DE MARKETING

18 de octubre 2013

El pasado miércoles 16 de octubre se celebró en el Salón de Grados de la Facultad la presentación de las candidaturas finalistas a la V edición de dichos Premios del club de Marketing de Málaga. Entre los miembros del jurado se encontraban importantes profesionales del ámbito empresarial y del marketing, entre los que se encontraba una representación del Decanato de la Facultad.



XII MÁSTER Y EXPERTO EN MARKETING DE NEGOCIOS

25 de octubre 2013

El viernes 25 de octubre tiene lugar en el Salón de Grados de la Facultad de Comercio y Gestión el ACTO OFICIAL DE APERTURA DEL XII MASTER Y EXPERTO UNIVERSITARIO EN MARKETING DE NEGOCIOS, presidido por el Decano D. Francisco Cantalejo y en el que también participaron D. Francisco Hortigüela, Director de Marketing Corporativo de Samsung Electronic Iberia; D. Francisco Barrionuevo, Presidente Ejecutivo de Novasoft y D^a Carmina Jambrino y Benjamín del Alcázar como coordinadores de este Título Propio de la



Uma. En el transcurso del acto, además de las palabras de bienvenida a los nuevos alumnos de esta 12^a edición del Master y Experto se impartió la conferencia titulada “Tendencias en Marketing y Comunicación: Todo lo que he aprendido en este último año” a cargo del citado Sr. Ortiguera. Al acto también asistieron numerosos alumnos de anteriores promociones, profesores y representantes de las empresas colaboradoras de este Master.

Más información en: www.mbm.uma.es



IV SEMANA CULTURAL FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

6, 7 y 8 de Noviembre de 2013

Un año más, con motivo de la Festividad de nuestro patrón San Carlos Borromeo, y como viene siendo tradicional, celebramos tres días con diversas actividades culturales en nuestra Facultad.

Las actividades que acapararon mayor atención fueron las **V Jornadas de Capital intelectual y las Jornadas acercando la empresa a la universidad**. En la primera, en colaboración con el Instituto Municipal

para la Formación y el Empleo (IMFE), se impartieron las conferencias “Ideas únicas para un mundo mejor”, a cargo de Saúl Ioffe y Sergio García, de la agencia malagueña de comunicación Doctor Jekyll, y “La fe es un concepto rentable”, impartida por Daniel Landa y José Luis Feliú, creadores de la serie documental ‘Un mundo aparte’, emitida por TVE2. Participaron en la inauguración de las Jornadas el Decano del Centro, D. Francisco Cantalejo, la Concejala de Promoción Empresarial y del Empleo del Ayuntamiento de Málaga, D^a Ana Navarro y la Vicedecana de Calidad, Cultura y Sostenibilidad de la Facultad, D^a Eva María González.

La segunda, organizadas conjuntamente por el Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo de la Universidad y la Confederación de Empresarios de Málaga, tuvo lugar durante los días 7 y 8 de noviembre. En el transcurso de las mismas, se impartieron distintas conferencias por emprendedores y empresarios de Málaga, talleres de orientación profesional y empleo, y un role playing para emprendedores universitarios. Esta actividad se enmarca dentro del Programa Anual del Plan de Orientación Profesional de los Estudiantes Universitarios. La inauguración de las Jornadas estuvo presidida por el

Director de Secretariado de Innovación y Emprendimiento de la Universidad, D. Rafael Ventura, y acudieron numerosas personalidades en representación de las distintas instituciones que colaboran con la organización, como la Asociación de Jóvenes Emprendarios de Málaga (AJE), la Cámara de Comercio de Málaga, ESESA, Unicaja o el Área de Juventud del Excmo. Ayuntamiento de Málaga, además del Decano y vicedecano de nuestra facultad.



IV Jornadas:
<<ACERCANDO la EMPRESA a la U NIVERSIDAD>>

IMPOSSIBLE

7 y 8 de Noviembre
Complejo de Estudios Sociales y Comercio

Logos of sponsors and partners:

- cem CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE MÁLAGA
- U ma UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
- Ayuntamiento de Málaga Área de Juventud
- esesa
- Unicaja
- aje
- Cámara de Comercio de Málaga

TALLER GENERACIÓN DE IDEAS

19 de noviembre de 2013

Organizado por el Servicio de Cooperación Empresarial de la Universidad de Málaga en colaboración con La Noria, da comienzo el TALLER DE GENERACIÓN DE IDEAS PARA EMPRENDEDORES SOCIALES. La Noria es un centro de innovación social dependiente de la Diputación Provincial de Málaga. En colaboración con la Obra Social de La Caixa, presenta el proyecto “La Noria Fase o” destinado a la captación de jóvenes talentos con ideas y proyectos de emprendimiento social en el ámbito de la provincia de Málaga. Se trata de un importante primer paso hacia la consolidación de La Noria como laboratorio de prácticas emergentes de innovación social.

El 4 de diciembre a las 10 horas en la Sala de Grados de la Facultad de Ciencias de la Educación tendrá lugar un Taller de Generación de Ideas para emprendedores sociales. Durante esta sesión, los asistentes conocerán las posibilidades que ofrece La Noria como laboratorio para llevar a cabo sus proyectos e iniciativas empresariales. Así, se pretenderá captar el talento emprendedor, de modo que la jornada finalizará con un buen número de posibilidades de emprendimiento



social, proyectos que pueden madurar y convertirse en realidad en La Noria.

Asimismo, se ofrecerá información detallada tanto de la misión y visión del programa como de las acciones a desarrollar dentro de esta fase, entre las cuales se encuadra el StartupWeekend, un evento de carácter internacional que hará parada en Málaga el próximo 13, 14 y 15 de diciembre de 2013. El StartupWeekend se trata de un evento de 54 horas en el que emprendedores podrán presentar ideas y desarrollarlas junto a mentores especializados, y también otros participantes podrán unirse a proyectos para formar parte activa de los mismos.



EMPREDIMIENTO EN AUSTRALIA

25 de noviembre de 2013

Organizada por la Cátedra Extenda, en colaboración con la Facultad de Comercio y Gestión, fue impartida la conferencia sobre como emprender en a nivel internacional titulada El Emprendimiento En Australia: El Caso De Aussieyoutoo.com, por Marta Caparrós, Directora de la empresa mencionada.

La charla tuvo lugar en el Salón de Grados de la Facultad de Comercio y Gestión y asistieron cerca de 100 alumnos de la Facultad. En el transcurso de la conferencia, la empresa ofertó una beca para hacer prácticas en su empresa y asistir a un curso de idiomas en Australia (#labecadetuvida). AUssieYouTOO.com – es el primer grupo de apoyo a estudiantes en Australia fundado y dirigido por jóvenes españoles. La ponencia bajo el hashtag #EmprenderAustralia estará centrada de forma especial en contar

un caso real de éxito de cómo jóvenes emprendedores de España montaron su propia startup en las antípodas y cómo gracias a las redes sociales y a la aparición en varios medios de comunicación nacionales han conseguido posicionarse como un grupo de apoyo referente para viajeros.

La jornada se clausuró con la entrega de un briefing para los alumnos donde se les propondrá crear un plan de marketing digital. Entre todos los participantes de todas las universidades españolas donde se impartirán las charlas, AUssieYouTOO.com seleccionará un ganador para entregarle #labecadetuvida que consiste en un curso de inglés de 12 semanas en la prestigiosa escuela Byron Bay English Language School con los vuelos de avión de ida y vuelta incluidos y con la posibilidad de hacer un trainee en el departamento de Marketing Digital de AUssieYouTOO.com .

Este grupo ya ha asesorado a más de 250 jóvenes de nuestro país. Una de las principales razones que impulsa a los españoles a emigrar hasta las antípodas en búsqueda de alternativas a pesar de la lejanía, se debe a que este país es de los pocos a nivel mundial que permite a los españoles con el visado de estudiante trabajar hasta 20 horas semanales de forma legal.

II CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DE SOCIAL MEDIA Y MARKETING ONLINE



Créditos: 3 ECTS (20 horas presenciales)
Preinscripción: Hasta 22 de noviembre de 2013
Fecha de inicio: 3 de diciembre de 2013
Horario: Martes, Miércoles y Jueves de 16:30 a 19:30
Clases presenciales: 3, 4, 5, 10, 11 y 12 de diciembre
Lugar: Aula Informática Facultad de Comercio y Gestión
Nº de plazas: 50
Precio: 00 €
Inscripción en: <http://bit.ly/rfgCDyIz>

PROGRAMA:
 1. Desarrollo del pensamiento estratégico on line.
 2. Comunicación en redes sociales (facebook, twitter, pinterest e instagram).
 3. Creación de un blog en wordpress y optimización para posicionamiento web.
 4. Análisis de palabras clave.
 5. Utilización de herramientas de Community Management.
 6. Analítica web (Google Analytics).
 7. Proyecto final.



40 años
celebrando
FUTURO



royunamarca.com



SOCIAL MEDIA MARKETING

3 al 12 de diciembre de 2013

El Seminario-taller de 3 créditos ECTS, **II Curso de especialización de “Social media y marketing on line”**. Se trata de un curso totalmente práctico, organizado por este Decanato en colaboración con las empresas Soyunamarca y Social Totem. Abordaron temas de actualidad como el marketing online, el posicionamiento y la gestión de marca en internet y Redes Sociales. Con 20 horas presenciales, los alumnos aprendieron a crear y gestionar un blog corporativo con contenidos de valor, posicionar la web en las primeras posiciones de los buscadores, establecer una comunicación social efectiva a través de las principales plataformas sociales y analizar los datos para mejorar la estrategia.

TALLER PRÁCTICAS

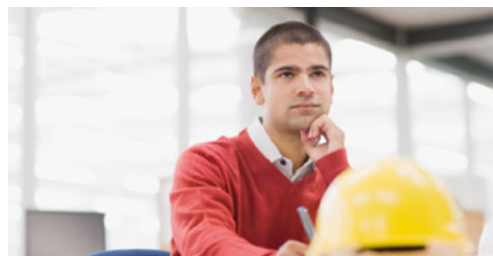
4 de diciembre de 2013

El Taller “PRIMER CONTACTO CON EL MUNDO PROFESIONAL” está destinado principalmente a los alumnos de tercer y cuarto curso y pretende formar a los estudiantes para que puedan sacar el máximo partido a las posibilidades que ofrece la realización de prácticas en empresas. Dio comienzo a las 11,30 horas en el Salón de Grados de la Facultad de Comercio y Gestión y fué impartido por especialistas del Servicio de Orientación Profesional de la UMA. El objetivo es que los participantes analicen las competencias más demandadas en el mundo profesional en general, las suyas propias, en particular, y adquieran pautas para optimizarlas durante la realización de las practicas. Por otra parte se informa de otros recursos de prácticas a nivel nacional e internacional.

Contenido del taller:

- Benefíciate y sácale provecho a las prácticas
- Sé competente
- Dinamicemos sobre competencias
- ¿Te plantearías otros recursos de prácticas?
- (Convenio Marco, Becas Santander, Becas FUE, Fundación SEPI, Erasmus

Prácticas, Prácticas Aiesec e laeste y Leonardo da Vinci).





Asociación Piel de Mariposa

INNOVACIÓN EDUCATIVA

11 de diciembre de 2013

Organizado en colaboración con la Asociación Piel de Mariposa (Debra España), a las 17 h. en el Aula 1.13 del Complejo de Estudios Sociales y de Comercio tuvo lugar el Seminario “Autonomía de las personas con diversidad funcional: conociendo y evaluando las políticas de atención a los afectados por enfermedades raras. En el marco de un proyecto de innovación educativa titulado “La crisis actual y su incidencia en la vulneración de los derechos humanos” (<http://fest.cv.uma.es/course/view.php?id=1122>), desarrollado en colaboración con Amnistía Internacional. Intervendrán Estrella Guerrero, Trabajadora Social de Debra España, y Manuel Jesús García Martín, Asesor Jurídico de la Agencia de Servicios Sociales y Dependencia de Andalucía.

El objetivo de esta actividad es, por un lado, dar a conocer las políticas de promoción de la autonomía de las personas con diversidad funcional: lo que se está haciendo en Andalucía en perspectiva comparada y lo que no.

Más información sobre Debra España siguiendo este enlace: www.debra.es

FARMANOVA

11 de diciembre de 2013

VISITA DEL DIRECTOR DE MARKETING DE “FARMANOVA” PARA LA DISCUSIÓN DEL CASO PRÁCTICO DE SU EMPRESA con los alumnos del grado de marketing. Esta actividad se enmarca dentro de un Proyecto de Innovación Educativa de la Universidad de Málaga (PIE13/129) que promueve el aprendizaje mediante la utilización de casos prácticos de empresas y con una visión interdisciplinar. En el acto han participado más de 200 alumnos del Grado de Marketing e Investigación de Mercados. Además han asistido 6 profesores: Benjamín del Alcázar, Alberto A. López Toro, María Dolores García, Fuensanta Galindo, José María de la Varga y José Luis Ruiz de Alba que forman parte del citado Proyecto.

No se ha tratado de una conferencia sino de una clase con ponente invitado que en esta ocasión ha sido D. Ignacio Pérez, Director de Marketing de Farmanova que es una cooperativa de distribución farmacéutica de segundo grado, que integra a 9 cooperativas de primer grado. En total Farmanova tiene una facturación de más de 1.100 millones de euros, con más de 1.000 empleados y que engloba



a más de 5.000 Farmacias, lo que suponen un 25% del total de Farmacias de España. Los alumnos habían trabajado previamente a fondo de forma individual un documento que es un caso práctico denominado “Farmanova” de más de 30 páginas en el que se abordaban aspectos del sector farmacéutico; también análisis de las operaciones; de la comunicación comercial; de dirección y estrategia, de la gestión de Producto y Precio así como del Marketing de Servicios.





Además como preparación para esta sesión de hoy, los alumnos de la asignatura de Marketing de Servicios acudieron en dos grupos, los días 19 y 20 de noviembre a la sede de Cofarán que es una de las 9 cooperativas de primer grado integrantes de Farmanova. Allí, de la mano de D. Emilio López y D. Fernando Barrau, pudieron tener una sesión formativa en la que discutieron el sector, la distribución, el catálogo de servicios y posteriormente visitaron las instalaciones para analizar la logística de almacenamiento y transportes de productos farmacéuticos para más de 850 oficinas de farmacia.

Durante la sesión de hoy, los alumnos han abordado más de 25 cuestiones que previamente habían trabajado a fondo. Entre otros temas se ha analizado el proyecto FarmaTouch y su estrategia en redes sociales; el sector farmacéutico desde el punto de vista de la distribución; los retos de las Oficinas de Farmacia; la importancia de los servicios en un sector que está bajando ventas y perdiendo márgenes y no puede manejar la variable precio; la posibilidad de lanzar marcas de distribuidor; la coordinación interfuncional así como importancia de la implementación de las decisiones. También se han abordado algunas de las actitudes que espera el mercado laboral de los profesionales del Marketing.

El caso ha sido preparado por el profesor José Luis Ruiz de Alba con la participación activa de dos alumnas: Marta Maldonado y Alba Martín, y también con la colaboración de otros alumnos: Miguel Angel Jiménez Bueno, Daniel Caviasca, Victoria María Iglesias Moura, Nuria Cuevas Blanco y Alejandro Martínez Morilla.

GRADUACIÓN ESTUDIOS INMOBILIARIOS

20 de diciembre de 2013

Tuvo lugar el tradicional ACTO DE GRADUACIÓN DE LA XIII PROMOCIÓN DE ESTUDIOS INMOBILIARIOS. Como viene siendo habitual desde que comenzará este Título Propio de la Facultad de Comercio y Gestión, el acto de Graduación se celebró en la sede del Colegio de Administradores de Fincas de Málaga, cuya Junta de Gobierno, dio la bienvenida a los nuevos profesionales y les hizo entrega del escudo colegial. Presidido por D. Fernando Pastor, Presidente del Colegio de Administradores de Fincas de Málaga, D. José Molina, Gerente de la Universidad, acudió en representación de la Rectora y D. Salvador Molina, Vicedecano de la Facultad de Comercio y Gestión.

En el transcurso del mismo, además de las palabras de los representantes del Colegio, de la Facultad, y de uno de los alumnos en representación de todos sus compañeros, se procedió a la tradicional imposición de becas y del escudo colegial.

Más información

www.estudiosinmobiliarios.uma.es/



TALENTOS MARKETING PEUGEOT

20 de diciembre de 2013

Peugeot España, con la colaboración de Universia y el grupo Havas pone en marcha el concurso “Talentos Marketing Peugeot”, una iniciativa que tiene como finalidad apoyar a los futuros profesionales del Marketing, en la que los participantes prepararán un plan estratégico de lanzamiento de un nuevo vehículo. La Marca ha desarrollado esta iniciativa en la que busca, a través de las universidades y escuelas de negocio españolas, grupos de estudiantes para incorporarse a su programa de becas 2.0. Los alumnos se agruparán en torno a un equipo que represente a su Universidad y que estará compuesto por 3 personas, formando una verdadera Dirección de Marketing, donde cada uno de ellos se pondrá en la piel del director de Marketing, del responsable de Mercado, Producto y Precio, o del responsable de Publicidad, Internet y Medios.

El Concurso establece las siguientes fases:

Hasta 31 enero: PRESELECCIÓN. Los participantes enviarán el siguiente documento en el que se recogerá el motivo por el



PEUGEOT

que están interesados en el Concurso, los datos personales de cada integrante del equipo y los correspondientes CV a la siguiente dirección: emprende@uma.es. Una vez preseleccionados los grupos por parte de Universia, se les comunicará por correo electrónico si han sido uno de los equipos afortunados.

Del 1 al 18 febrero: ETAPA INICIAL. Cada equipo preseleccionado, deberá presentar un Plan Estratégico de Lanzamiento de un nuevo vehículo, cuyas principales características se comunicarán al inicio de la etapa.



A partir del 1 de febrero, recibirán las claves necesarias para poder descargar de la web oficial del Concurso un documento en formato predeterminado que constará de la siguiente estructura:

1. Mercado, cliente y Benchmark de competencia.
2. Oferta de Productos y Servicios.
3. Modelo de distribución.
4. Plan de comunicación y acciones.

Una vez cumplimentado, se deberá enviar a la dirección de email: emprende@uma.es, donde a su vez, se remitirán a Universia. Se valorará la metodología empleada, así como la creatividad y el carácter innovador de los proyectos, eligiendo a los 5 mejores equipos que pasarán a la Etapa Final.

22 febrero – 6 abril: ETAPA FINAL. En ella, los 5 equipos seleccionados intervendrán en condiciones reales. Para ello, participarán de infor-

mación y decisiones de la empresa, así como accederán a las Agencias de Comunicación y de Medios que colaboran y asisten a Peugeot.

Mediados de abril: EQUIPO GANADOR. Un Jurado definido por Peugeot elegirá al equipo ganador en función de los siguientes criterios: Presentación, Creatividad, Innovación, Fundamentación, Viabilidad.

El premio para los ganadores consiste en la oportunidad de convertirse en partícipes de la realización del lanzamiento del modelo y de su seguimiento hasta diciembre de 2014.

Para más información visita la web oficial del Concurso: <http://talentosmarketingpeugeot.com/>

Responsables de la Gestión del Concurso en la Universidad de Málaga.

Laura Marcos Rolando. Tel: 952 13 74 79

E-mail: emprende@uma.es

CURSO-TALLER BRANZAI

7 de febrero de 2014

EL I CURSO-TALLER DE BRANDING: CONSTRUIR Y GESTIONAR UNA MARCA, organizado por la Facultad de Comercio y Gestión, fue impartido por Iván Díaz, Fundador de Branzai, primera revista y consultora especializada en Branding. El objetivo del curso es Desarrollar los conceptos básicos de un proyecto de marca real: proceso, metodología, herramientas y realidades de esta disciplina.

Más información sobre el programa, calendario y demás detalles aquí

<http://www.uma.es/facultadcomercio/info/59966/taller-branzai/>





PROEMPRESARIOS UMA

12 de febrero de 2014

LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA ABRE LA CONVOCATORIA DE PROEMPRESARIOS UMA. Se trata de un programa de formación convalidable por 3 créditos ECTS, destinado a dotar a los emprendedores de los conocimientos necesarios para crear una empresa. Con una metodología práctica y basada en proyectos los participantes desarrollarán, de una forma activa, sus propios proyectos empresariales durante los meses de marzo y abril.

Además se trabajará en valores como la responsabilidad, el trabajo en equipo, el liderazgo, la innovación, la creatividad, la superación personal... Los proyectos resultantes serán tutorizados y podrán presentarse ante una ronda de agentes de desarrollo para su futuro impulso.

Más información: www.proempresarios.com

Puedes seguir las últimas noticias de PROEMPRESARIOS UMA a través de su Facebook: www.facebook.com/proempresarios



ADMINISTRADORES DE FINCAS

14 y 15 de febrero de 2014

Las PRIMERAS JORNADAS DE ADMINISTRADORES DE FINCAS DE COSTA Y RESIDENCIAL, Organizado por el Ilustre Colegio de Administradores de Fincas de Málaga y Melilla ofrece condiciones especiales de inscripción para los alumnos de nuestra Facultad. De acuerdo al Convenio de Colaboración de nuestra Universidad con el Consejo General del Colegio de Administradores de Fincas, y en base al Plan de Estudios del Título Propio de Graduado en Estudios Inmobiliarios, los alumnos matriculados en esta Titulación tendrán además la oportunidad de obtener 2 créditos para su reconocimiento como créditos optativos.

Las jornadas tuvieron lugar en el Hotel Barceló Málaga y cuentan con interesante programa de ponencias y conferencias sobre temas de gran actualidad en el ámbito de la Administración de Fincas.

Más información e inscripciones en
<http://www.aaffmalaga2014.es/>



PREMIOS MARKETING

19 de febrero de 2014

Convocatorias de Premios para Estudiantes de Marketing

Los alumnos de Marketing pueden presentarse a diversas Convocatorias de Premios, como los Premios Aster de Investigación y Premios AEDEMO de Expediente Académico y Junior de Investigación.

- Premio Aster de investigación:
https://dl.dropboxusercontent.com/s/iom4hueif1fduaf/aster%20investigacion%20profesores.pdf?dl=1&token_hash=AAERiEN8dpKqkomG1avPyF-HQc5m43_wKozPmOEIWBlyzA

- Premio AEDEMO a estudiantes de la licenciatura y del grado en marketing:

- XVIII Premio Junior de Investigación AE-DEMO: https://dl.dropboxusercontent.com/s/mvbo76td9igavw2/Aedemopremiojuniordeinvestigacion.pdf?dl=1&token_hash=AAEgVC_45XGJ52S5EdLdAZ|xizXroJ_dqFtU3j2MwVbqg



TALENTOS MARKETING PEUGEOT

24 de febrero de 2014

10 EQUIPOS DE NUESTRA FACULTAD PARTICIPAN EN EL CONCURSO NACIONAL DE TALENTOS MARKETING PEUGEOT. Cerca de 30 alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados entregaron sus propuestas para el concurso organizado por Peugeot España con la colaboración de Universia y el grupo Havas. “Talentos Marketing Peugeot”, es una iniciativa con el fin de apoyar a los futuros profesionales del Marketing, en la que los participantes prepararán un plan estratégico de lanzamiento de un nuevo vehículo. Los ganadores tendrán la oportunidad de convertirse en partícipes de la realización del lanzamiento del modelo y de su seguimiento hasta diciembre de 2014, a través de la obtención de unas becas de prácticas profesionales.

De todos los trabajos presentados en la primera fase a nivel nacional, se seleccionarán los 5 equipos finalistas en la que intervendrán en condiciones reales. Para ello, participarán de información y decisiones de la empresa, así como accederán a las Agencias de Comunicación y de Medios que colaboran y asisten a Peugeot.



STORYTELLING CON PREZI

25 de febrero de 2014

Una nueva actividad organizada por el Club de Marketing de Málaga, STORYTELLING CON PREZI, bajo un nuevo formato de formación denominado MarTech, al que los alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados pueden asistir de manera bonificada en virtud al Convenio de Colaboración entre dicho Club y la Uma. MarTech tiene como objetivo ofrecer un mejor servicio a nuestros asociados y amigos, ayudando a desarrollar tus estrategias de marketing. En estas jornadas se llevaron a cabo en el Hotel Barceló Málaga, contando con un profesorado cualificado sobre la materia, coffee break donde intercambiar opiniones, y aprendizajes específicos y reales sobre una disciplina concreta.

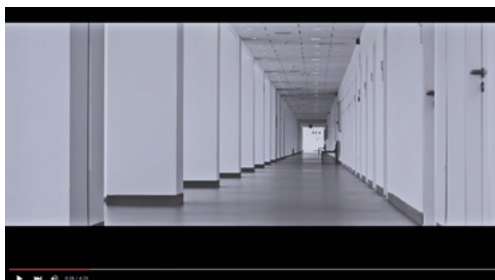
+Info: socios@cmmarketingmalaga.org

VIDEOCLIP MUSICAL

7de marzo de 2014

LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN ESCENARIO DE UN NUEVO VIDEOCLIP MUSICAL . Una vez más las instalaciones del Complejo de Estudios Sociales y de Comercio han sido elegida para el rodaje de un video musical. En este caso se trata del Videoclip Oficial de Sergio Leik y del tema titulado “Contraataque”.

Podéis verlo en este: <http://www.youtube.com/watch?v=ZQs4Hw3vfVQ>





EMPRESA FAMILIAR, MERCHANDISING Y COMUNICACIÓN EN LA RED

13 y 14 de marzo de 2014

Organizado por la Cátedra Santander de Empresa Familiar de la Universidad de Málaga en colaboración con la Facultad de Comercio y Gestión, en el Salón de Actos de la Facultad, tiene lugar el SEMINARIO “EMPRESA FAMILIAR, MERCHANDISING Y COMUNICACIÓN EN LA RED”. Participan destacados profesionales, como D. Eduardo Manuel Bendala Álvarez de Toledo, Director Corporativo de Comunicación en Internet y redes Sociales del Grupo Santander; D. Eloy Llamas Sánchez, Gerente de Investigación y Análisis Corporativo de Telefónica S.A; D. Ricardo Pérez, Director de Milward Brown Spain; D. Alejandro Romero Gallego, Fundador y CEO en Alto Social Analytics; y D. Antonio Toré, Profesor de Marketing de la Uma.



El seminario, al que asistieron cerca de 400 alumnos, se completa con otras dos jornadas los días 10 y 24 de abril. Los alumnos que asisten a todas las sesiones de las Jornadas obtienen el reconocimiento de 1 ECTS. El curso está coordinado por los Profesores Ana Casado Molina y José Roberto Vila Oblitas. Todas las sesiones tendrán lugar en en horario de 10 a 14,00 horas.

Al Acto de apertura del mismo asistieron para dar la bienvenida y agradecer su participación en nuestra Facultad el Decano de la misma, D. Francisco Cantalejo y la Vicedecana de Calidad, Cultura y Sostenibilidad.



El seminario se celebra en la Facultad de Comercio y Gestión de la Universidad de Málaga organizado por la Cátedra Santander de Empresa Familiar.



La Facultad de Comercio y Gestión de la Universidad de Málaga acoge durante dos días el seminario "Empresa Familiar, merchandising y comunicación" organizado por la Cátedra Santander de Empresa Familiar de la Universidad de Málaga.

Durante las dos jornadas participarán profesionales como Eduardo Manuel Benítez Álvarez de Toledo, director corporativo de Comunicación en Internet y redes Social Grupo Santander; Eloy Llamas Sánchez, de Investigación y Análisis Corporativo de Telefónica S.A.; Ricardo Pérez, director de Marketing de la UMA.

Milward Brown Spain; Alejandro Romero Gallego, Fundador y CEO en Alto Social Analytics; y Antonio Toré, profesor de Marketing de la UMA.

En el acto de inauguración han estado presentes, además de los ponentes, el decano de la Facultad de Comercio y Gestión, Francisco Cantalejo García, y la vicedecana de Calidad, Cultura y Sostenibilidad, Eva María González Robles.

Este seminario, que está coordinado por los profesores Ana Casado Molina y José Roberto Vila Oblitas, se completará con otras dos jornadas que tendrán lugar los días 10 y 24 de abril.

Todas las sesiones tendrán lugar en el Salón de Actos de la Facultad de Comercio y Gestión en el horario de 10 a 14,00 horas. La inscripción es gratuita.

Accede [PULSANDO AQUÍ](#) para comentar

MARKETING Y COMUNICACIÓN DEPORTIVA

17 a 19 de marzo de 2014

Organizadas conjuntamente por nuestra Facultad y Shark Sport Marketing & Communications, tienen lugar en el Salón de Actos las JORNADAS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DEPORTIVA. En ella participaron destacados ponentes responsables de patrocinios en LFP, NBA, Málaga C.F. y relaciones públicas y publicidad de Unicaja CB y están orientadas a los universitarios con intereses en marketing, comunicación y patrocinios deportivos. El Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la UMA ha reconocido 1 crédito ECTS a todos los alumnos de la UMA que se participan en estas Jornadas de Marketing y Comunicación Deportiva.

Más información en: http://sharksport.co.uk/pdf/formacion/sharksport_cursomked2_malaga.pdf



JORNADA 1

JORNADA 2

JORNADA 3

JORNADAS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DEPORTIVA

17-19 MAR 2013
10:00 - 20:00 h.

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN (MÁLAGA)

Expendición: sharksport.co.uk/formacion/formacion/sharksport_cursomked2_malaga.pdf

Reconocimiento de 1 crédito ECTS por la asistencia de Grado de la UMA

40 € inscripción y desplazamiento
60 € patrocinador

Logotipos de patrocinadores: SHARK SPORT, FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN, UMA, etc.

MARKETING DEPORTIVO

23 de marzo de 2014

CELEBRADAS LAS I JORNADAS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DEPORTIVA EN LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTION, organizadas conjuntamente por la empresa Shark Sport y la Facultad, que han permitido que destacados profesionales de ámbito del marketing y el deporte transmitan sus conocimientos y experiencias a más de 130 inscritos, principalmente alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

Han contado con ponentes de gran trascendencia en este ámbito, como D. Ignacio Tena, Director de Patrocinios del BBVA, quien desarrolló una interesantísima charla sobre la estrategia seguida por la entidad financiera en sus actuales campañas de patrocinio de la Liga de fútbol Profesional Española; la NBA en Estados Unidos y otros eventos deportivos a nivel internacional.

D. Carlos Díaz, Director Comercial del Málaga C.F., quien se centró en analizar la estrategia seguidas por esta entidad deportiva a través del Business Málaga Club.

D. José Carlos Gaspar, Director de Marketing del Unicaja C.B. Málaga, que se centró en desarrollar las campañas



de dicho Club, realizando un repaso de la evolución del mismo desde sus inicios hasta su actual apuesta por la Responsabilidad Social Corporativa, con iniciativas como One Team.

Estas experiencias han sido complementadas con otras visiones del ámbito de la gestión del marketing deportivo y del deporte como empresa, con una perspectiva jurídica del patrocinio deportivo, que fue presentada por D. Joaquín Gómez Villares, Director del Área Deportiva de GVA & Atencia Abogados, y de la perspectiva de la “Comunicación Interna y Externa en el deporte”, expuesta por D. Antonio Grande, experto en Coaching Deportivo y de la “Pasión en el Deporte”, por D^a Mar Mellado, Consultora en Coaching, Formación y Marketing.



Cerró las Jornadas D. Pedro Montiel, Director de Deportes de la Uma, quien se centró en “Claves para reflexionar, emprender e innovar y no centrifugar el talento”

<http://www.aulamagna.com.es/exito-del-i-congreso-de-marketing-y-comunicacion-deportiva-en-la-uma/>

En la organización de las Jornadas, que han sido coordinadas por Eduardo Cara de Shark Sport y Benjamín del Alcázar, Vicedecano de la Facultad de Comercio y Gestión, ha colaborado distintas empresas entre las que destaca la participación de Aula Magna, Periódico Universitario y Hummel, entre otras.

Puede ver un amplio reportaje sobre las mismas en el Periódico Aula Magna, patrocinador del evento:



DIGITAL BUSINESS

25 de marzo de 2014

DIGITAL BUSINESS, nuevo Martech organizado por el Club de Marketing de Málaga. Se trata de la segunda jornada a desarrollar por el Club en el Hotel Vincci Posada del Patio, bajo el formato de formación denominado MarTech, al que los alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados pudieron asistir de manera bonificada en virtud al Convenio de Colaboración entre dicho Club y la Uma. El objetivo es ofrecer un mejor servicio a los asociados y amigos. Para ello, el último martes de cada mes organizaron un seminario eminentemente práctico sobre herramientas de tecnologías de la información que ayudan a desarrollar estrategias de marketing. En estas jornadas contarás con un profesorado cualificado sobre la materia, coffee break donde intercambiar opiniones, y te llevarás unos conocimientos específicos y reales sobre una disciplina concreta.

+Info: socios@cmmarketingmalaga.org

LEGO Y BRANZAI

29 de marzo de 2014

ALUMNOS DE MARKETING APRENDEN A CONSTRUIR MARCAS CON PIEZAS DE LEGO Y BRANZAI, primera revista on line especializada en temas de Branding. El Taller, impartido por Iván Díaz y realizado en la Facultad de Comercio y Gestión ha utilizado esta innovadora metodología para el aprendizaje del proceso de creación y gestión de marcas, apoyándose en el desarrollo de un caso real. Los 60 estudiantes, principalmente alumnos del Grado en marketing e Investigación de Mercados, han valorado muy positivamente el aprendizaje de este curso en el que se han desarrollado todos los procesos y la metodología para el proceso de creación y gestión de marcas y que ha culminado con la puesta en marcha de un proyecto basado en un caso real utilizado la novedosa metodología basada en la construcción de ideas a través de las famosas piezas de Lego.



Sesiones





DESTINO UMA

2 de abril de 2014

La inauguración DESTINO UMA 2014, tuvo lugar a las 12,00 se han inaugurado las Jornadas de Puertas abiertas. El Decano, Francisco Cantalejo, ha visitado el stand de esta Facultad acompañando a voluntarios y al Vicedecano de Alumnado y Cooperación internacional Benjamín del Alcázar. Las Jornadas DESTINO UMA 2014 se inauguraron en el Pabellón de Deportes. Nuestras titulaciones fueron presentadas por Benjamín del Alcázar, Vicedecano de Alumnado todas las mañanas a las 11,30.



TU VALOR 10

2 de abril de 2014

Las Jornadas “Tu Valor 10- Profesional del futuro” se celebraron en las instalaciones de la Facultad de Comercio y Gestión. Durante tres jornadas se llevó a cabo un recorrido dando al universitario información de las tendencias de su campo de conocimiento, que le permite conocer las opciones y oportunidades de formación y adquisición de experiencias, así como reflexionar acerca de las competencias más valoradas en el mundo profesional actual e identificar y potenciar su propio bagaje competencial.

JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS

4 de abril de 2014

La Facultad de Comercio y Gestión participa en las Jornadas de Puertas Abiertas.

Un año más el equipo de voluntarios de nuestra Facultad ha realizado una gran labor al frente del stand de la Facultad informando sobre nuestros Grados a todos los preuniversitarios. El Decanato agradece y felicita por su dedicación a todos los participantes. Durante los tres días de duración de las Jornadas de Puertas Abiertas, los estudiantes del Grado en Marketing e Investigación de Mercados que han participado como voluntarios han realizado una magnífica labor, tanto en el montaje y la decoración del stand, como en las tareas de información a los estudiantes de bachillerato. Además durante toda la feria han ido realizando juegos y concursos para dinamizar el mismo.

El Decanato de la Facultad quiere agradecer y felicitar públicamente a todos los voluntarios por su valiosa colaboración en estas Jornadas. Este curso el equipo ha estado formado por:

Eva M^a Álvarez Moreno
 Carolina Aranda Jiménez
 Ana Bermúdez Gavilán
 Rafael Cuberos Rosas



Cristina García Romero
 Elena Márquez Fernández
 Ildefonso Ortega Cabeza
 Marta Ruz Maldonado
 Blanca Sánchez Rosado
 Cristina Sibajas Ortuño
 Rafael Toledo Wright

A todos ellos MUCHAS GRACIAS



JORNADAS VALOR 10

7 de abril de 2014

INICIO DE LAS JORNADAS VALOR 10 EN LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN, actividades encaminadas a la Orientación Profesional de los alumnos de los Grados en Marketing e Investigación de Mercados y de Gestión y Administración Pública que finalizan sus estudios en el presente curso.

Organizadas conjuntamente por el Servicio de Cooperación Empresarial y Orientación de Empleo de la Universidad y el Decanato

de la Facultad de Comercio y Gestión, se desarrollaron en tres jornadas a lo largo de esta semana. En la primera de ellas, se celebraron unas mesas redondas en paralelo específicas para cada carrera, en la que destacados profesionales dieron su visión de futuro a los estudiantes.

Para los alumnos del Grado de Marketing participaron en la mesa:

D. Leopoldo Mérida, Director de Cuentas y Socio Fundador de Doctor Watson, Agencia de Comunicación (antiguo alumno del Centro).

D. Ricardo Alcón, Manager Departamento Comercial en The Nielsen Company (Empresa Leader multinacional en Investigación de Mercados).

D^a. Manuela Aránega, Presidenta del Club.

D. Joaquín Morales, Director General Clínicas Avandet.

D. Luis Cardo, Country Manager Telefónica Dynamic Insights, Telefónica Digital.

Para los alumnos del Grado de Gestión y Administración Pública:

D. Jorge Alcántara Gallego, Presidente del Ilustre Colegio Oficial de Gestores Administrativos de Málaga.

D. José Antonio Mañas Valle, Jefe del Servicio

de Empleo y Universidad de la Diputación de Málaga:

D. Miguel Porras Fernández, Secretario General de la Universidad de Málaga.

D. Inmaculada Sánchez Asesor Técnico Tributario en la Agencia Tributaria de la Junta de Andalucía (antigua alumna).

En las sesiones siguientes se orientó a los alumnos sobre los estudios de posgrado, las tipologías de prácticas, y la forma de afrontar entrevistas de trabajo y preparación de CV, entre otras actividades encaminadas a guiarles en los procesos de la búsqueda de empleo.

DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN COMERCIAL

10 de abril de 2014

Como continuación del Seminario “EMPRESA FAMILIAR, MERCHANDISING Y COMUNICACIÓN EN LA RED”, organizado por la Cátedra Santander de Empresa Familiar de la Universidad de Málaga en colaboración con la Facultad de Comercio y Gestión, se celebró el seminario “DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN COMERCIAL”, en el Salón de Actos de la Facultad. Participaron los Profesores de esta Universidad Alejandro Román Tirado y Sebastián Molinillo Jiménez.



Cursos sobre cooperación al desarrollo

Convalidables por créditos de libre configuración en Licenciaturas y Grados

Curso 2013

XI curso de **Introducción a la Cooperación Internacional para el Desarrollo**

17 al 31 de octubre de 2013

XIII curso de **Gestión de Proyectos de Cooperación para el Desarrollo**

14 al 29 de noviembre de 2013



Plazas limitadas

Matrícula: 75 euros

Puedes encontrar más información de cada curso en <https://sites.google.com/site/umapode/cursos-umapode>

Organizan



Colabora



COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO

12 de abril de 2014

Se presenta un año más el CURSO SOBRE COOPERACION PARA EL DESARROLLO: VII Curso de Introducción a la Educación para el desarrollo. Título propio, con créditos convalidables por libre configuración en Licenciaturas y Grados. Se realizará los jueves y viernes de 17:00 a 21:00 desde el 8 al 23 de Mayo. Entre la oferta formativa vinculada con la lucha para la erradicación de la pobreza que ofrece la UMA se realizará, en el próximo mes de mayo, el VII Curso de Introducción a la Educación para el Desarrollo. El objeto es proporcionar a estudiantes y profesionales de diversos sectores, conocimiento sobre la realidad que nos rodea y sobre las distintas estrategias solidarias, así como su aplicación en el ámbito laboral. La Educación para el Desarrollo tiene valores y actitudes solidarias, busca concienciar sobre las desigualdades en el reparto de la riqueza y poder, sus causas y sus consecuencias y del papel protagonista de los ciudadanos y ciudadanas en la modificación de las situaciones existentes. Su verdadero objetivo es la lucha contra la pobreza y la exclusión así como garantizar el disfrute conjunto de los Derechos Humanos con carácter universal.



COFRADÍA DEL TRASLADO Y LA SOLEDAD

18 de abril de 2014

Un año más, la Facultad de Comercio y Gestión acompaña en su recorrido oficial a los Tronos del Santo Traslado y la Soledad, como Hermano Honorífico de la Cofradía del Traslado y la Soledad.



DÍA INTERNACIONAL DEL LIBRO

23 de abril de 2014

La biblioteca pone en marcha las actividades de la celebración del DIA INTERNACIONAL DEL LIBRO. En estas actividades participa cualquier miembro de la comunidad universitaria que quiera aportar su granito de arena. Los libros que regalaremos proceden de la colaboración del Servicio de Publicaciones de la Universidad y del Colegio Oficial de Trabajadores Sociales de Málaga del expurgo realizado en la biblioteca y donaciones de profesores. La Facultad se suma a una jornada de "Libro Solidario" consistente en entregar a los alumnos un libro a cambio de la entrega de alimentos no perecederos que serán destinados a la Asociación Padre Huelin de Málaga a través de la Oficina de Voluntariado.



CONCURSO DE RELATOS CORTOS

23 de abril de 2014

Concurso de relatos cortos con motivo de la celebración del día internacional de la lectura universitaria.

La elección del mejor trabajo se llevó a cabo por votación popular vía web desde El día 24 hasta el 27 de abril a las 00:00. Normativa:

Los Participantes: Podrán participar en el mismo todo el personal adscrito al centro, (PAS, PDI y alumnos pertenecientes a cualquier titulación impartida en el centro, ya sea grado o título propio).

Temática: La temática del relato: “Un día en la Facultad de Comercio y Gestión”. El relato podrá ser de carácter real o ficticio.

Modalidades del concurso: Cada participante deberá presentar dos copias del trabajo, uno firmado por el autor y otro anónimo. Los trabajos deberán ser relatos breves con una extensión máxima de 2 páginas, tamaño DIN A4 con un formato de letra Arial de 10 puntos con un interlineado de 1,5, en formato pdf. Sólo podrán optar al premio trabajos originales y no presentados a otros concursos. Se procederá a rechazar la admisión al concurso de aquellos trabajos que no cumplan estos requisitos.



23 de Abril Día del Libro

Presentación de trabajos, forma y plazos:

Los trabajos deben ser entregados en la siguiente dirección decanatocomercio@uma.es, indicando en el asunto “Concurso relatos día internacional de la lectura”.

NEGOCIACIÓN CON CLIENTES

24 de abril de 2014

Como continuación del Seminario “EMPRESA FAMILIAR, MERCHANDISING Y COMUNICACIÓN EN LA RED”, organizado por la Cátedra Santander de Empresa Familiar de la Universidad de Málaga en colaboración con la Facultad de Comercio y Gestión, se celebrará el próximo jueves 24 de abril en el Salón de Actos de la Facultad el SEMINARIO DE NEGOCIACIÓN CON CLIENTES.

Con esta sesión se cierra el citado Seminario y aquellos alumnos que se inscribieron a estas Jornadas y hayan asistido a todas las sesiones obtienen el título y el crédito ofertado. Participó el Sr. D. Antonio Jesús Sánchez Arrieta, Director de Grandes Clientes de ENDESA.

The poster is for a seminar titled "Seminario de negociación con clientes en la Empresa Familiar". It features a red background with various business-related icons like a shopping cart, calculator, and document. A large brown paper shopping bag with a yellow tag is at the bottom. The text includes the date and time of the event, the speaker's name, and the organizing institutions.

Santander UNIVERSIDADES **Cátedra Santander de Empresa Familiar Universidad de Málaga**

Seminario de negociación con clientes en la Empresa Familiar

GRATUITO FINANCIADO POR Santander

Facultad de Comercio y Gestión

Organizan: Cátedra Santander de Empresa Familiar de la Universidad de Málaga y Facultad de Comercio y Gestión

**24 de abril
10:00 a 14:00 h.
Salón de Actos**

Conferenciante:
Antonio Jesús Sánchez Arrieta
Director de Grandes Clientes en ENDESA

Coordinación del Seminario:
Ana María Casado Molina
José Roberto Vila Obillas

Participación en el Seminario **Empresas Partner** **endesa** **UNIVERSIDAD DE MÁLAGA**



ELECCIONES

12 de abril de 2014

ELECCIONES PARA REPRESENTANTES DE ALUMNOS EN JUNTA DE CENTRO Y CLAUSTRO UNIVERSITARIO. De acuerdo a la Normativa vigente en la Universidad el próximo día 15 de mayo tendrán lugar las votaciones para la selección de representantes de los estudiantes tanto en la Junta de Centro de esta Facultad, como para el Claustro Universitario.

ELECCIONES A JUNTA DE CENTRO – SECTOR ESTUDIANTES:

En la Junta de Centro celebrada el día 22 de abril se acordó aprobar el siguiente calendario electoral para los representantes en la citada Junta de Centro:

Publicación censo electoral provisional
22 abril
Reclamación al censo electoral provisional
23 y 24 de abril
Publicación del censo electoral definitivo
25 de abril
Presentación de candidaturas 28 y 29 de abril
Publicación provisional de candidaturas
30 de abril
Reclamaciones a las publicación de candidatura provisional 5 y 6 de mayo
Publicación definitiva de candidaturas
7 de mayo
Campaña electoral 8 al 13 de mayo
Voto anticipado 12 y 13 de mayo
Jornada de reflexión. 14 de mayo
Votación 15 de mayo
Publicación provisional de resultados
16 de mayo
Reclamaciones a los resultados provisionales 19 de mayo
Proclamación de resultados definitivos
20 de mayo

Puede consultarse el Reglamento de la Junta de Centro en este enlace:

Normativa de Junta de Centro:
<http://www.uma.es/media/files/ReglamentoJuntaCentro.pdf>

LECTURA DE CINE

29 de abril de 2014

Con motivo del día de la lectura, entre los actos organizados, la Biblioteca de la Facultad celebró UNA LECTURA DE CINE EN LA BIBLIOTECA DE ESTUDIOS SOCIALES Y DE COMERCIO, evento especial con la agenda centrada en las obras: El club de los poetas muertos (1989), Misery (2001), Conociendo a Jane Austen (2008), El Lector (2008) y Balzac y la pequeña costurera china (2002). Tuvo lugar en la Sala de audiovisuales de la biblioteca de Estudios Sociales y de Comercio.



PREMIOS RELATOS CORTOS

29 de abril de 2014

Entrega de premios i concurso relatos cortos día internacional de la lectura universitaria. La ganadora fue paula rivero esteban.

La entrega tuvo lugar en la Sala de Juntas de esta Facultad. D^a. Sara Robles, representante de la Red internacional de Universidades lectoras (RIUL) por parte de la Universidad de Málaga, hizo entrega de un libro electrónico a la autora del relato ganador. Al acto, presidido por el Decano de la Facultad de Comercio y Gestión, asistieron los participantes, D. Ángel Suárez, delegado de la RIUL, profesor de la Universidad de Extremadura y D^a. Eva María

Gonzalez Robles, Vicedecana de Calidad, Cultura y Sostenibilidad.

Los resultados de las votaciones fueron: Relato A (Juan Antonio Serrano Doblas): 5,3% de los votos. Relato B (Raquel Rey Serrano): 36,8% de los votos. Relato C (Paula Rivero Esteban): 42,1% de los votos. Relato D (María Jesús Martínez Ibáñez): 15,8% de los votos.

Agradecemos en el nombre del Decanato vuestra participación en el concurso y transmitiros la felicitación del propio Vicerrectorado de Cultura. Nuestra más sincera enhorabuena a PAULA RIVERO ESTEBAN por su magnífico trabajo.

CURSO ADMINISTRADORES DE FINCAS

7 de mayo de 2014

APERTURA DEL IX CURSO PRÁCTICO COLEGIO DE ADMINISTRADORES DE FINCAS DE MÁLAGA Y MELILLA. Tuvo lugar la inauguración del Curso Práctico que el Colegio de Administradores de Fincas organiza en nuestra Facultad y que gira en torno a los Aspectos Jurídicos y Prácticos de la Profesión. Participaron en la inauguración de las Jornadas el Presidente del Colegio de Administradores de Fincas de Málaga y Melilla, D. Fernando Pastor, el responsable de Formación de dicho Colegio, D. Miguel Nuñez de Castro, y el Vicedecano de la Facultad Benjamín del Alcázar. En virtud de la colaboración que viene manteniendo nuestra Facultad con este Colegio Profesional, los alumnos matriculados en el Título Propio de Graduado en Estudios Inmobiliarios pueden asistir de manera gratuita a las jornadas y además podrán acreditar 2 créditos optativos para sus estudios.



Administradores de Fincas de Málaga y Melilla
Lehmborg Ruiz, 6. 1.º Distrito Central

T.952 302 221

Twitter: @CAFMálaga
info@cafmalaga.com



IX CURSO PRÁCTICO
COLEGIO DE ADMINISTRADORES DE FINCAS DE MÁLAGA Y MELILLA
ASPECTOS JURÍDICOS Y PRÁCTICOS DE LA PROFESIÓN

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA, CAMPUS DE TEATINOS.
9, 15 Y 23 DE MAYO





CREACIÓN DE MARCA CON LEGO

8 de mayo de 2014

TALLER “CREACIÓN DE MARCA CON LEGO” ORGANIZADO POR EL CLUB DE MARKETING, tuvo lugar en el Hotel Vincci Posada del Patio, contando con la presencia de 10 alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, que asistieron de forma gratuita, en virtud del convenio de colaboración que dicho Club de Marketing de Málaga mantiene con nuestra Facultad. Impartido por D^o Iván Díaz, responsable de Branzai, Revista especializada en Branding.



SPIN-OFF

13 de mayo de 2014

Presentado el Programa Spin-Off de la UMA: Creación de Empresas en el Ámbito Universitario. Convocatoria 2014. El Vicerrectorado de Coordinación Universitaria de la UMA, a través del Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción del Empleo, convoca la XVIII Edición del Concurso Spin-Off de Creación de Empresas por Universitarios con el objetivo de impulsar la actividad emprendedora de los universitarios malagueños, promoviendo la constitución de nuevas empresas innovadoras.

Convocatoria disponible en la web: www.uma.es/spin-off

Se establecen premios de cuantía entre 6.000 y 3.000 €, asesoramiento, formación y acompañamiento inicial e incubación de proyectos. Además, todos los proyectos podrán disfrutar de un periodo de preincubación empresarial en el Parque Tecnológico de Andalucía, con estancias de 6 a 12 meses.

Más Información: www.uma.es/spin-off / emprende@uma.es / 952 13 74 79

FOMENTO DEL TRABAJO AUTÓNOMO

13 de mayo de 2014

Jornadas “Fomento del Trabajo Autónomo en las Universidades Andaluzas”, organizadas por la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos de Andalucía en colaboración con la Universidad de Málaga y nuestra Facultad se celebraron en el Salón de Grados del Centro.

En estas Jornadas se promueve y difunde la cultura emprendedora en la modalidad del trabajo autónomo, en la comunidad universitaria andaluza. Se impartieron dos ponencias y una mesa de experiencias en la que se darán a conocer los valores, características y realidades económicas, sociales y laborales del mismo, el fomento de la capacidad de innovación y asunción de riesgos necesarios para la puesta en marcha de proyectos de negocio, las ventajas que conlleva y las medidas de apoyo que desde diversas entidades ofrecen al emprendimiento.

Se trata de un ciclo de jornadas que se realizarán en la Comunidad Autónoma de Andalucía, dirigidas a la comunidad universitaria, trabajadores por cuenta propia, asociaciones, entidades y a personas interesadas en la temática



mencionada. Este proyecto está organizado por la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos de Andalucía, subvencionado por la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, acción que se está ejecutando en el marco de un programa operativo cofinanciado, en un 80% por el Fondo Social Europeo y en el que colabora la Universidad de Málaga.

HABLAR EN PÚBLICO ES FÁCIL

19 de mayo de 2014

El Decanato ha organizado el seminario gratuito dirigido a todos los estudiantes de la Facultad de Comercio y Gestión, TALLER “HABLAR EN PÚBLICO ES FÁCIL”, con el objetivo de poder ayudar a los alumnos en la defensa de los Trabajos de Fin de Grado, así como en las presentaciones de clase. Tuvo lugar en el Salón de Grados de la Facultad de Comercio y Gestión y fué impartido por Lucía Miralles de la empresa Lambda, Soluciones de Gestión, especializada en este tipo de formación.

El Programa del Taller es:

Diferenciar entre “hablar y comunicar”

Identificación del ámbito público

¿qué es y cómo evitar el miedo escénico?

Técnicas para una correcta exposición pública

CV de la ponente en <http://www.linkedin.com/in/luciamiralles>

La asistencia fue gratuita, con las plazas limitadas, y la admisión por orden de inscripción.

Video presentación: <https://www.youtube.com/watch?v=VJsQvVixAeg>



EVENTOS COMO HERRAMIENTAS DE MARKETING

29 de mayo de 2014

Studio Ideas y el Club de Marketing Málaga continúan con Café Ideas, un 3x1 en el que a través de la presentación de un libro se disfruta de una formación sobre la materia de la que versa dicho libro. “CÓMO MEDIMOS EL IMPACTO DE UN EVENTO EN LA ESTRATEGIA DE MARKETING”. Además se intercambian opiniones con los demás asistentes, así como con el autor de la publicación. Todo ello acompañado de un coffee break que celebraremos al final de la jornada. Celia Domínguez, experta universitaria en Protocolo y autora del libro “Motívate y emprende en Comunicación y Eventos”. El evento tuvo lugar en el Hotel Barceló Málaga, a las 18:30 h. Los alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados asisten de manera gratuita, en virtud del convenio de colaboración que dicho Club de Marketing de Málaga mantiene con nuestra Facultad.

+Info: socios@cmarketingmalaga.org





PREINSCRIPCIÓN ESTUDIOS INMOBILIARIOS

22 de mayo de 2014

Se abre el plazo de preinscripción para la 17ª EDICIÓN DEL GRADUADO PROPIO EN ESTUDIOS INMOBILIARIOS. Este Título Propio de la Universidad de Málaga, reconocido por el Consejo General de Colegios de Administradores de Fincas y por la Comisión Europea de Profesiones Inmobiliarias posibilita a sus titulados ejercer como Administrador de Fincas Colegiado. Se trata de un Título Propio de carácter semipresencial y de 3 cursos de duración que se imparte en la Facultad de Comercio y Gestión, siendo la Universidad de Málaga la única institución en Andalucía que lo ofrece entre sus titulaciones.

Las sesiones informativas en las Sedes de los distintos Colegios de Administradores de Fincas de Andalucía, según el siguiente calendario, tuvieron lugar en:

Sevilla: Miércoles 28 de mayo a las 19,00 h.

Granada: Martes 3 de junio a las 19,00 h.

Córdoba: Miércoles 4 de junio a las 19,00 h.

Málaga: Martes 17 de junio a las 19,00 h.

Más información en:

www.estudiosinmobiliarios.uma.es

E-mail: estudiosinmobiliarios@uma.es

Tlfno.: 951952150/951952105/951952224

MÁS ALLÁ DE FACEBOOK Y TWITTER

22 de mayo de 2014

ORGANIZADO POR EL CLUB DE MARKETING DE MÁLAGA: “MÁS ALLÁ DE FACEBOOK Y TWITTER”. Bajo este innovador formato denominado MarTech, los alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados pudieron asistir de manera gratuita en virtud al Convenio de Colaboración entre dicho Club y la Uma. MarTech tiene como objetivo ofrecer un mejor servicio a los asociados y amigos del Club. El último martes de cada mes organizan un seminario eminentemente práctico sobre herramientas de tecnologías de la información que le ayudarán a desarrollar sus estrategias de marketing. En estas jornadas cuentan con un profesorado cualificado sobre la materia, coffee break donde intercambian opiniones, y se llevarán conocimientos específicos y reales sobre una disciplina concreta.

+Info:

socios@cmarketingmalaga.org

Inscripciones:

<https://www.ticketea.com/rsss/>

Lugar: Hotel Barceló





1ª COPA INTERCENTROS

1 de junio de 2014

Un equipo de nuestra Facultad, integrado por alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, participó en LA 1ª COPA INTERCENTROS DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA, quedando en el tercer puesto de la clasificación final. La Facultad ha colaborado en la financiación de la equipación oficial.



BECA DE ESTUDIOS WIMDU

1 de junio de 2014



La empresa WIMDU presenta un CONCURSO PARA LA OBTENCIÓN DE UNA BECA DE ESTUDIO. Diseñada para reconocer las habilidades fundamentales necesarias para concebir una exitosa campaña de marketing, y está dotada con 1,000 € se proporcionará al estudiante ganador como premio y ayuda en la continuación de sus estudios. La Universidad de Málaga y nuestra Facultad se han adherido al programa para que los estudiantes interesados puedan participar en este concurso

+ información en: <http://www.wimdu.es/scholarship>



ACTO DE GRADUACIÓN DE LA XII PROMOCIÓN DEL MÁSTER Y EXPERTO EN MARKETING DE NEGOCIOS.

12 de junio de 2014

Presidido por el director del Centro Internacional de Posgrado y Escuela de Doctorado, Antonio Vallecillo, acompañado de la Vicedecana de Calidad de la Facultad de Comercio y Gestión, Eva María González, la directora del Departamento de Economía y Administración de Empresas, Francisca Parra, el Consejero Delegado de Novaschool y Patrocinador del Máster, Francisco Barrionuevo, y el Coordinador del Título, Benjamín del Alcázar.

El director de marketing de Peugeot España, Laurent Benard, fue el encargado de clausurar el Máster y Experto Universitario en Marketing de la Universidad de Málaga,

cuya duodécima promoción se graduó en este acto, celebrado en el Rectorado. En la conferencia, Laurent Benard, Director de Marketing de Peugeot España, expone sus experiencias ante los alumnos de este Título Propio de la Universidad de Málaga. Benard habló sobre posicionamiento de marcas en el sector del automóvil y repasó aspectos tan importantes como la adecuación de los nuevos modelos de coches a los segmentos de personas más jóvenes y la implantación del mismo 'claim' de la marca de forma internacional. También repasó la historia de Peugeot, que lleva ya más de 200 años en el mercado.

Más información www.mbm.uma.es

JORNADA INFORMATIVA DEL GRADUADO PROPIO EN ESTUDIOS INMOBILIARIOS

17 de junio de 2014

El Decano de la Facultad presentó en el Ilustre Colegio de Administradores de Fincas de Málaga la XVII edición de JORNADA INFORMATIVA DEL GRADUADO PROPIO EN ESTUDIOS INMOBILIARIOS, Título Propio de la Universidad de Málaga. El título, reconocido por el Consejo General de Colegios de Administradores de Fincas y por la Comisión Europea de Profesiones Inmobiliarias, posibilita a sus titulados ejercer como Administrador de Fincas Colegiado. Se trata de un Título Propio de carácter semipresencial y de 3 cursos de duración que se imparte en la Facultad de Comercio y Gestión, siendo la Universidad de Málaga la única institución en Andalucía que lo ofrece entre sus titulaciones. La Jornada, tuvo lugar el en el Colegio de Administradores de Fincas de Málaga, habiendo celebrado igualmente otras sesiones con el mismo objetivo en los Colegios de Sevilla, Granada, Córdoba, Cádiz y Jaén.



Más información en:

www.estudiosinmobiliarios.uma.es

E-mail: estudiosinmobiliarios@uma.es

Tlfno.: 951952150/951952105/951952224



GANADOR DEL CONCURSO DE LOTOTIPO DEL 50 ANIVERSARIO

18 de junio de 2014

Silvio Sánchez, alumno del Grado de Marketing e Investigación de Mercados, ganador del concurso de lototipo del 50 Aniversario de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Málaga. El trabajo presentado por el estudiante de 4º curso fue elegido como ganador del concurso y será utilizado como imagen de dicha Facultad a partir del próximo curso, por la celebración de su cincuentenario. La entrega del premio, dotado con 700€, la presentación del logotipo y el cartel conmemorativo se celebró en el Rectorado de la Universidad.

¡HAZTE SUPER BLOGGER!

24 de junio de 2014

Jornada “Aprende a crear tu propio blog con WordPress”, organizada por MarTech del Club de Marketing. Su objetivo es ofrecer un mejor servicio a los asociados y amigos del Club de Marketing. Con un formato innovador denominado MarTech, los alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados asisten de manera gratuita en virtud al Convenio de Colaboración entre dicho Club y la Universidad de Málaga. Eminentemente práctico, estas jornadas se realizan el último martes de cada mes, y versan sobre herramientas de tecnologías de la información que le ayudarán a desarrollar sus estrategias de marketing. El formato cuenta con un profesorado cualificado sobre la materia y networking donde intercambiar opiniones.

+Info: socios@cmarketingmalaga.org

Lugar: Hotel Vincci Posada del Patio, a las 17 h.





Premio Extraordinario Fin de Carrera

APROBADO EL PREMIO EXTRAORDINARIO DE FIN DE CARRERA

25 de junio de 2014

LA FACULTAD APRUEBA LA CREACIÓN Y EL REGLAMENTO DEL PREMIO EXTRAORDINARIO DE FIN DE CARRERA. Aprobada en Junta de Centro, el Reglamento regulará la convocatoria de estos Premios para los mejores Graduados de las titulaciones del Centro. Al inicio del próximo curso 2014/15 se convocará la I edición de estos Premios de Fin de Carrera para los estudiantes que hayan finalizados sus estudios en esta Facultad en el curso 2013-14, en cada una de las dos titulaciones impartidas, el Grado en Marketing e Investigación de Mercados y el Grado en Gestión y Administración Pública.

En dicho Reglamento se estipula los requisitos necesarios para poder participar en estas convocatorias y se estipula los criterios que se tendrán en consideración para la valoración de los expedientes académicos y de la trayectoria de los alumnos que participen en la misma. Es de destacar que para la valoración de los expedientes no solo se considerará la nota media del alumno, sino que también serán tenidos en consideración otros aspectos como las becas y premios obtenidos, la participación en cursos, seminarios y similares, los idiomas y las estancias académicas en el extranjero o la participación del alumno en los órganos de decisión y actividades de la propia Facultad, entre otros.



MÁSTER OFICIAL EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL

25 de junio de 2014

Una vez superados todos los trámites académicos y administrativos este nuevo título de posgrado de la Universidad Málaga se incorpora a la oferta docente de la Facultad de Comercio y Gestión a partir del próximo Curso 2014-15.

El Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital tiene el objetivo de proporcionar a los estudiantes una formación avanzada y multidisciplinar, que les capacite para implementar y desarrollar estrategias de marketing en las organizaciones modernas, con las nuevas herramientas de gestión y comunicación

disponibles. Se trata de formar en los nuevos medios que tiene una organización para informar e informarse sobre lo que le interesa, las nuevas estrategias para diferenciarse, nuevos mercados a los que dirigirse, etc., con el objetivo de hacerla más competitiva, de impulsar la innovación y lograr sus objetivos.

Más información en:

<https://www.uma.es/media/files/MARKETING1415.pdf>

http://www.juntadeandalucia.es/innovacioncienciayempresa/sguit/mo_requisitos_procedimiento.php

Para cualquier consulta: decanatocomercio@uma.es



ACTO DE GRADUACIÓN DE LA I PROMOCIÓN DE LOS GRADOS DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

14 de julio de 2014

35 alumnos del Grado en Gestión y Administración Pública y 165 del Grado en Marketing e Investigación de Mercados celebraron este tradicional Acto en el que se les impusieron las becas y recibieron un Diploma acreditativo. Supone un hito importante para esta Facultad, pues ha supuesto la Graduación de la I Promoción de ambos Grados que entraron en vigor el curso 2010-11 como consecuencia de la implantación de los nuevos Planes de Estudios.

El Acto, presidido por el Dr. D. Antonio Vallecillo, Director del Centro Internacional de Posgrado y Escuela de Doctorado y el Decano de la Facultad, Dr. D. Francisco Cantalejo, estuvo dividido en dos partes:

Una primera sesión centrada en el Grado en Gestión y Administración Pública, en la que la lección de clausura fue impartido por el Profesor de Estadística de esta Facultad Dr. D. Salvador Molina Ruiz, y en el que también intervinieron en representación de sus compañeros de promoción los alumnos D^a Matilde Díaz Ruiz y D. Antonio Javier Román Fernández.

Y una segunda sesión dedicada a los Graduados en Marketing e Investigación de Mercados. En este caso la lección de clausura fue impartida por la Profesora de Marketing, Dra. D^a Pilar Alarcón Urbistondo, y los alumnos que intervinieron fueron D^a Violeta Vilaseca y D. Óscar Calderon.

Fuente:

<http://www.uma.es/facultadcomercio/cms/base/ver/collection/collection/13232/historico-noticias-comercio/?page=10>



Para más información

Facultad de Comercio y Gestión.

Edificio Complejo Estudios Sociales y Comercio

Campus de Teatinos s/n (Ampliación) 29071, Málaga.

Conserjería : 951 952 150

Secretaría: 951 952 100

Decanato: 951 952 224

E-mail: decanatocomercio@uma.es

Web de la facultad: www.facultadcomercio.uma.es

Web grado marketing: <http://gradomarketing.uma.es>

 /GradoMarketing

 @Grado_Marketing