Facultad de Comercio y Gestión







ÍNDICE



PRESENTACIÓN

Francisco Cantalejo



ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA FACULTAD

Equipo Decanal

Coordinadores de Facultad

Junta de Facultad



COMISIONES DE LA FACULTAD

Ordenación Académica

Calidad

Convalidaciones, adaptaciones y equivalencias

Reconocimientos de créditos



MIEMBROS EN LOS ÓRGANOS DE GOBIERNOS DE LA UMA

Claustro de la UMA

Consejo de Gobierno de la UMA

Comisiones

Coordinadores



REUNIONES



ACUERDOS DE LA JUNTA DE FACULTAD



VICEDECANATOS

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 2012/13

Profesores adscritos a la Facultad

......



PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Secretaría

Gestión económica

Conserjería

Aulas de informática

Biblioteca

Mantenimiento



SERVICIOS

Biblioteca

Secretaría

Conserjería

Mantenimiento

Aulas de informática



TÍTULOS DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

Diplomatura de Ciencias Empresariales

Diplomatura de Gestión y Administración Pública

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Grado en Gestión y Administración Pública



MÁSTERS, EXPERTOS Y TÍTULOS PRÓPIOS

XV Graduado en Estudios Inmobiliarios

III Master en Tasación e Intermediación Inmobiliaria

XI Master en Marketing de Negocios

XI Experto en Marketing de Negocios

Otros títulos propios



TESIS DOCTORALES LEÍDAS



RELACIÓN DE EMPRESAS PERTENECIENTES AL PROGRAMA DE PRÁCTICAS



GALERÍA DE IMÁGENES DEL CURSO 2012/13





PRESENTACIÓN

Este curso 2012/13, la Facultad de Comercio y Gestión comienza su andadura con unas pequeñas modificaciones en sus órganos de gobierno y en su estructura organizativa, como consecuencia de la reelección de Decano en mayo de 2012. Los cambios no lo son tanto en su equipo de gobierno, que repite, aunque con una nueva incorporación que corresponde a un nuevo cargo de vicesecretario académico, sino más bien a nuevas funciones para algunos vicedecanatos, como los programas de prácticas en empresas y los trabajos fin de grados, entre otros.

El curso académico dio comienzo con 1.979 alumnos matriculados, de los cuales 1.044 correspondieron a los nuevos grados, lo que supone que en su tercer año los nuevos grados son ya más de la mitad de los alumnos de la Facultad. Además, se asegura la proyección profesional y de postgrado nuestros nuevos graduados con la aprobación y la próxima puesta en marcha del Master Oficial Universitario de Master Oficial en Dirección y Gestión de Marketing Digital. Todo ello supone la consolidación de los estudios de Marketing e Investigación de Mercados como una opción de futuro.

Se ha puesto la primera piedra para la puesta en marcha el programa de prácticas, con la redacción y aprobación de los procedimientos de gestión y con casi 40 empresas y con la Diputación Provincial de Málaga en el primer año de su implantación, teniendo en cuenta que los grado están en su tercer año académico. También se ha desarrollado la normativa de los Trabajos Fin de Grado, tomando como base la normativa de la Universidad, y que se pondrá en funcionamiento en el curso académico 2013/14.

Por otra parte, se ha desarrollado la nueva página web de la Facultad, homogénea para toda la Universidad, y se ha aprobado la memoria de calidad.

El gran número de eventos realizados en colaboración con el Club de Marketing y los títulos propios de la Facultad se consolidan una vez más como un magnífico complemento a la formación reglada de nuestros alumnos. Y el programa de tutorías entre iguales ha supuesto un apoyo importante para los nuevos alumnos y un motivo de implicación en la Facultad de los actuales alumnos.

Un año más, la semana cultural desarrollada en el día del Patrón ha "Acercado la universidad a la empresa" en su ya tradicional jornada en colaboración con la Confederación de Empresarios de Málaga y el Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo de la Universidad de Málaga. Por su parte, 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 que en la actualidad se imparten en el Centro, han supuesto un nuevo éxito de participación.

Sigue siendo nuestra facultad un marco incomparable para la realización de eventos y otros acontecimientos, como los rodajes de videos y videoclips promociones, tanto musicales como promocionales, o la celebración de la XXIII Junta General de accionistas de Universia, la mayor red de universidades del mundo, lideradas por el Banco Santander.

Ha sido un año de ajustes presupuestarios en toda la universidad española que ha tenido su reflejo en todos sus órganos y en su personal docente y de administración y servicios, y que ha afectado al presupuesto de sus centros, aunque no por ello al desarrollo del trabajo, que sigue siendo intenso y de calidad. Es por ello que no puedo terminar esta introducción sin palabras de agradecimiento a todos los que forman el centro por su esfuerzo y dedicación para que la Facultad de Comercio y Gestión sea un centro de referencia y sigua ejerciendo su función en la sociedad con calidad y responsabilidad.



ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

EQUIPO DECANAL

Decano

Don Francisco Cantalejo García

Secretaria Académica

Doña Eugenia Mª Cruces Pastor

Vicedecana de Ordenación Académica y Profesorado

Doña Rosario Cenizo Rodríguez

Vicedecana de Calidad, Sostenibilidad y Cultura

Doña Eva Mª 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 Mª 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 Mª José Valencia Quintero

COORDINADOR DE RELACIONES INTERNACIONALES Y MOVILIDAD

Doña Ma del Mar Muñoz Martos

Coordinadores Académicos Erasmus

Doña Mª 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 Ma Amparo Bentabol Manzanares

Coordinador de Movilidad para la cooperación para el Desarrollo Don Alberto A. López Toro

Don Alberto A. Lopez 101

JUNTA DE FACULTAD

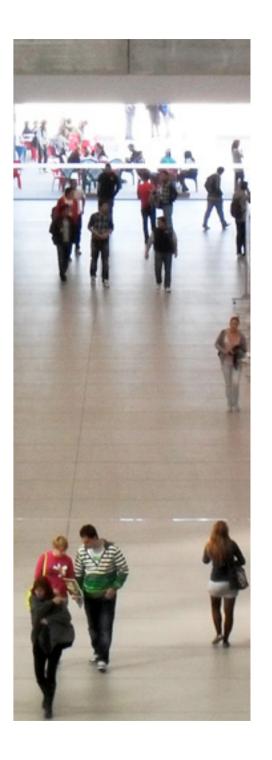
PERSONAL DOCENTE E INVESTIGADOR

Profesorado con vinculación permanente

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

Profesorado sin vinculación permanente

Don Antonio Cobo Jiménez Don Antonio Toré Martín Doña Mª Luisa Vallespín Arán



PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Doña Mª 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 Mª Antonia Cervantes Galindo
Doña Carla Urbano Arnáiz
Don Adrian Zambrana Ruíz
Doña Cristina Sibajas Ortuño

COMISIÓN DE CALIDAD

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

CONVALIDACIONES, ADAPTACIONES Y EQUIVALENCIAS

Diplomatura Empresariales

Doña Amparo Bentabol Manzanares Doña Rosario Cenizo Rodríguez Don Ignacio Cruz Padial Doña Ma 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 Mª 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 Iosé Pino Díaz Don Manuel Fernández Bertoa Don Antonio J. Morales Siles

RECONOCIMIENTOS DE CRÉDITOS

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

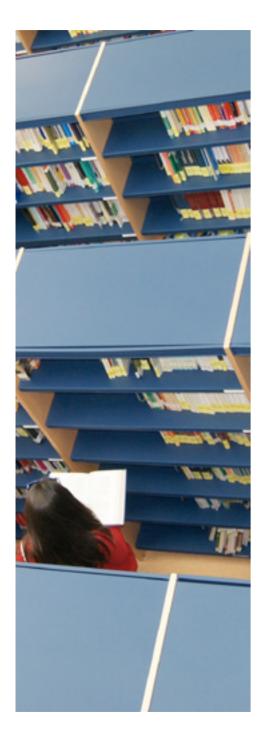
Doña Eva Mª González Robles Doña Concepción Campos Luque Don José Francisco Grana López Doña Rosario Cenizo Rodríguez Don Ángel Torrico González Doña Rocío Caña Palma Doña Eugenia Mª Cruces Pastor Don Francisco Moreno Lorente
Don Rafael Becerra Vicario
Doña Mª Cruz Mayorga Toledano
Don Antonio Casquero 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 Ma José Valencia Quintero Doña Ma Dolores Sarrión Gavilán Don Antonio Casquero Tomás Don José Antonio Onieva González Don Ricardo Pagán Rodríguez Doña Eva Mª 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:

MEMORIA ANUAL DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN (2012/13)

Don Francisco Cantalejo García Doña Rosario Cenizo Rodríguez Don Francisco Ruiz de la Rua 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 Ma del Mar Muñoz Martos

COORDINADOR DE RELACIONES INTERNACIONALES Y MOVILIDAD

Doña Ma del Mar Muñoz Martos

COORDINADOR DE MOVILIDAD PARA LA COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO

Don Alberto A. López Toro

REUNIONES

JUNTA DE CENTRO

26 de noviembre de 2012 (extraordinaria) 19 de diciembre de 2012 (ordinaria) 20 de marzo de 2013 (ordinaria) 25 de junio de 2013 (ordinaria) 18 de julio de 2013 (extraordinaria)

COA

Reunión Ordinaria

CONVALIDACIONES, ADAPTACIONES Y EQUIVALENCIAS

Reunión Ordinaria

CONSEJO DE GOBIERNO

Sesión de 19 de julio de 2013 Sesión de 19 de junio de 2013 Sesión extraordinaria de 3 de junio de 2013 Sesión de 18 de abril de 2013 Sesión de 13 de marzo de 2013 Sesión de 23 de enero de 2013 Sesión de 20 de diciembre de 2012 Sesión Extraordinaria de 3 diciembre de 2012 Sesión Ordinaria de 9 de octubre de 2012

CLAUSTRO

Sesión de 21 de junio de 2013 Sesión de 17 de diciembre de 2012

GARANTÍA DE LA CALIDAD

Reunión del 18 de diciembre del 2012 Reunión del 22 de enero de 2013 Reunión del 20 de junio de 2013 Reunión del 17 de septiembre de 2013

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:

I) 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 Diez
 Grado en Gestión y Administración Pública: Doña Mª 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 Diez

Vocal Grado en Gestión y Administración Pública: Doña Mª José Luna Jiménez

Vocal Sector Estudiante: Doña Blanca Sánchez Rosado

Vocal Sector PAS: Doña Antonia Mª 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 Mffi 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:

- I. Lectura y aprobación del acta de la sesión anterior.
- 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:

 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

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. 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. La memoria completa se encuentra en la web del centro. A continuación recogemos un resumen de los principales apartados.

OBJETIVOS DE CALIDAD PARA EL CURSO 2012-13:

- -Implementar la puesta en marcha y funcionamiento de los Trabajos de Fin de Grado (TFG): El Reglamento de Trabajos Fin de Grado de la Facultad de Comercio y Gestión, fue aprobado por la Junta de la Facultad de Comercio y Gestión en sesión de 20 de marzo de 2013, y modificado en sesión del 18 de julio de 2013.
- -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 considerablemente pasando de 9 a 23.
- -Implementar una oferta de prácticas curriculares, que ayuden al alumnado la adquisición de las competencias necesarias para la adquisición del Título de Grado: En la sesión del 25 de junio de 2013, es aprobado por la Junta de la Facultad de Comercio y Gestión, el Reglamento de Prácticas en Empresas y/o Externas de la Facultad De Comercio Y Gestión.

LAS ACCIONES DE MEJORA PARA EL CURSO 2012-13:

Desarrollo de una normativa de Centro que contenga las directrices básicas relacionadas con la definición, realización, tutela, defensa, evaluación y gestión administrativa de los Trabajos de Fin de Grado (TFG) correspondientes a las titulaciones oficiales de Graduado que se imparten en la faculta de Comercio y Gestión de la Universidad de Málaga, siguiendo las directrices marcadas por el reglamente de Trabajo Fin de Grado de la Universidad de Málaga, aprobado en Consejo de Gobierno el 23 de enero de 2013. El Reglamento de Trabajos Fin de Grado de la Facultad de Comercio y Gestión, fue aprobado por la Junta de la Facultad de Comercio y Gestión en sesión de 20 de marzo de 2013, y modificado en sesión del 18 de julio de 2013. Contactar con Universidades Europeas que ofrezcan Titulaciones similares a las ofertadas por la Facultad de Comercio y Gestión, con el fin de conseguir la firma de acuerdos que permitan ofrecer al alumnado un mayor número de destinos en la oferta de movilidad. Se han relizado numerosos contactos con universidades ex-

tranjeras, pasando el número de acuerdos firmados con la Facultad de Comercio y Gestión de 9 en el curso 2011-12, a 23 acuerdos firmados en el curso 2012-13.

Desarrollar una normativa de Centro que regule el acceso a las prácticas curriculares, así como la firma de acuerdos con distintas instituciones que acojan al alumnado en prácticas. En la sesión del 25 de junio de 2013, es aprobado por la Junta de la Facultad de Comercio y Gestión, el Reglamento de Prácticas en Empresas y/o Externas de la Facultad De Comercio Y Gestión. Aunque las prácticas no se empiezan a ofertar hasta el segundo semestre del curso 2013-14, durante al curso 2012-13 se firmaron 24 acuerdos de colaboración con distintas entidades, con el objetivo de ir elaborando la oferta.

NUEVOS OBJETIVOS PARA EL CURSO 2013-14:

- Seguir incrementado el número de destinos de movilidad para ofertar.
- Desarrollo de nuevos espacios para la docencia.
- La dotación de las nuevas aulas con la tecnología y los medios necesarios.
- Incrementar la oferta de prácticas en empresas.

NUEVAS ACCIONES DE MEJORA PARA EL CURSO 2013-14:

Contactar con Universidades Europeas que ofrezcan Titulaciones similares a las ofertadas por la Facultad de Comercio y Gestión, con el fin de conseguir la firma de acuerdos que permitan ofrecer al alumnado un mayor número de destinos en la oferta de movilidad.

Estudiar y desarrollar un proyecto para llevar a cabo la adecuación de espacios destinados al trabajo/estudio del alumnado, para la creación de nuevos espacios de docencia debido a la implantación del cuarto curso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

Equipar las nuevas aulas creadas con el objetivo de adaptarlas a las necedades de la docencia, pizarra, proyector, sonido, equipo informático, así como los programas necesarios para la docencia.

Contactar con empresas e instituciones, con el fin de incrementar el número de acuerdos de prácticas para el alumnado de los Títulos de Grado que imparte el Centro.

TASAS GRADUACIÓN, ABANDONO, EFICIENCIA, DURACIÓN MEDIA DE ESTUDIO, DEMANDA DE TITULACIÓN, RENDIMIENTO, EXTITO, INSERCIÓN DE LOS EGRESADOS Y SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO RESPECTO DE LA ACTIVIDAD DOCENTE

Tasa de graduación (INo₃)

TASA DE GRADUACIÓN	2010 2011	2011 2012	2012 2013
Diplomado en Ciencias Empresariales	12,8%	17,4%	33,4%
Diplomado en Gestión y Administración Pública	32,7%	43,3%	40%
Grado en Gestión y Administración Pública	No procede		
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	No procede		

Tasa de abandono (INo4)

TASA DE ABANDONO (Media rama: 16,43%)	2010 2011	2011 2012	2012 2013
Diplomado en Ciencias Empresariales	23,3%	31,1%	0
Diplomado en Gestión y Administración Pública	18,3%	22,9%	0
Grado en Gestión y Administración Pública	No procede	25%	
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	No procede	16,53%	

Tasa de eficiencia (INo5)

TASA DE EFICIENCIA	2010 -2011	2011 -2012	2012 -2013
Diplomado en Ciencias Empresariales	63,9%	54,2%	0
Diplomado en Gestión y Administración Pública	65,8%	63,3%	0
Grado en Gestión y Administración Pública	No procede	No procede	No procede
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	No procede	No procede	No procede

MEMORIA ANUAL DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN (2012/13)

/21

Duración media de estudios (INo8)

DURACIÓN MEDIA DE ESTUDIOS (Media rama: 5,97)	2010 2011	2011 2012	2012 2013
Diplomado en Ciencias Empresariales	6,3	5,7	6,29
Diplomado en Gestión y Administración Pública	6	5,9	7,66
Grado en Gestión y Administración Pública	No procede		
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	No procede		

Demanda de la titulación (IN22)

DEMANDA DE LA TITULACIÓN (1ª, 2ª Y 3ª OPCIÓN)		2010 2011	2011 2012	2012 2013
Demanda de la Titulación	Grado en Gestión y Administración Pública	86,7	109,3	422,67
en 1ª opción	Grado en Marketing e Investigación de Mercados	78,7	151,7	222,33
Demanda de la Titulación	Grado en Gestión y Administración Pública	104	188	524
en 2ª opción	Grado en Marketing e Investigación de Mercados	66	116,7	146,33
Demanda de la Titulación	Grado en Gestión y Administración Pública	612	1056	3374,67
en 3ª opción	Grado en Marketing e Investigación de Mercados	293,3	491,3	561,67

Tasa de rendimiento (IN27)

TASA DE RENDIMIENTO	2010 2011	2011 2012	2012 2013
Diplomado en Ciencias Empresariales	50,6%	54,2%	45%
Diplomado en Gestión y Administración Pública	63,2%	63,3%	47,67%
Grado en Gestión y Administración Pública	49,8%	68,7%	78,99%
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	58,6%	60,6%	70,29%

Tasa de éxito (IN28)

TASA DE ÉXITO	2010 2011	2011 2012	2012 2013
Diplomado en Ciencias Empresariales	64,8%	67,2%	62,9%
Diplomado en Gestión y Administración Pública	74,4%	74,1%	63,5%
Grado en Gestión y Administración Pública	67,6%	73,8%	89%
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	61,3%	62,5%	81,13%

Inserción en el tejido socioeconómico de los egresados (IN36)

INSERCIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS	2010 2011	2011 2012	2012 2013
Diplomado en Ciencias Empresariales	60,1%	55,4%	50,22%
Diplomado en Gestión y Administración Pública	45,2%	63,6%	66,7%
Grado en Gestión y Administración Pública	No		
	procede		
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	No		
	procede		

Nivel de satisfacción del alumnado con respecto a la actividad docente (IN49)

SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO RESPECTO A LA ACTIVIDAD DOCENTE	2010 2011	2011 2012	2012 2013
Diplomado en Ciencias Empresariales	3,9	3,8	
Diplomado en Gestión y Administración Pública	3,8	3,9	
Grado en Gestión y Administración Pública	3,6	3,5	3,6
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	3,7	3,7	3,75

MEMORIA ANUAL DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN (2012/13)

/23

VICEDECANATOS

Con las elecciones de mayo de 2012 se rediseñan los decanatos y sus funciones. 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.
- 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).

VICEDECANATO DE CALIDAD, SOSTENIBILIDAD Y CULTURA

Doña Eva Mª 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 interuniversiario.

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 Asía.

VICEDECANATO DE ALUMNOS Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL

MEMORIA ANUAL DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN (2012/13)

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.
- Elaboración del documento "PC10: Gestión y revisión de la orientación e inserción profesional de los alumnos de grado", desarrollo y seguimiento de todas las actividades que comprende dicho plan de orientación.
- Mantenimiento del Foro "Sala de Estudiantes".
- La implantación del Plan de Acción Tutorial en la Facultad.
- Participación en Destino UMA, Jornadas de Puertas Abiertas en el Complejo Deportivo de la Universidad de Málaga, Campus de Teatinos, charlas informativas y visitas guiadas.
- Creación 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. En septiembre de 2013 se hizo la migración de la web al formato estandarizado de la Universidad de Málaga, inaugurando una página nueva y siendo una de las primeras Facultades en alcanzar este objetivo de la Universidad.
- 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:

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 ECLESIÁSTICO 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 2012/13

Aguilar Illescas, Rocío	Cobos Jiménez, Antonio
Aguillar Ramos, María Isabel	Cortes Fernández, Luis
Alarcón Urbistondo, María Del Pilar	Cortes González, Alfonso
Alcázar Martínez, Benjamín Del	Cruces Pastor, Eugenia María
Algaba Ros, Silvia	Cruces Pastor, María Esther
Anaya Sánchez, Rafael	Díaz Díez, Bárbara
Andrés Reina, María Paz	Díaz Muñoz, Rocío
Arija Soutullo, María Del Carmen	Doblas Arrebola, Salvador
Arroyo Turrillo, Antonio	Durán Muñoz, Rafael
Arroyo Varella, Silvia Regina	Esteban Cabrera, Manuel
Avellaneda Martínez, Ana María	Esteban Pagola, Ana Isabel
Bahía Almansa, Mª Belén	Falgueras Sorauren, Ignacio
Barceló Muñoz, Eduardo	Galera Martín, Juan Francisco
Barcena Martín, Elena María	Galindo Reyes, Fuensanta Carmen
Bentabol Manzanares, María Amparo	Gallego Galán, Inmaculada
Cabello Fernández, Mª Dolores	Gallego Pascual, Miguel
Cabello González, José Manuel	Galvez Criado, Antonio
Cabrera Yeto, Antonia Susana	García Blanco, Luís Fernando
Cantalejo García, Francisco	García Calvente, Yolanda
Caña Palma, Rocío	García Mestanza, Josefa
Caparros Ruíz, Antonio	García Sánchez, María Dolores
Carrasco Díaz, Daniel	Garrido Mora, Manuel
Carrasco Santos, María Jesús	Gaspar González, Ana Isabel
Casquero Tomás, Antonio	Gómez Camarrero, Mª Del Carmen
Castillo García, Agustín Del	Gómez Machado, José Antonio
Castro Bonaño, Juan Antonio	Gonzalez Gomila, Francisco
Castro Lopez, María Del Pilar	González Guerrero, Miguel
Cembellin Pages, Luis	Gonzalez Quintana, María José
Cenizo Rodríguez, María Del Rosario	Gonzalez Robles, Eva María
Ciruela Lorenzo, Antonio Manuel	Grana López, José Francisco

Heredia Flores, Victor Manuel	Plaza Angulo, Juan José
Hernández Del Castillo, Alejandro José	Rangel Rojas, María Del Pilar
Hernández Huelin, Mónica	Rodríguez Fernández, María Mercedes
Hidalgo Villodres, Ma Del Carmen	Rodríguez Rodríguez, José
Iglesia Sánchez, Patricia Pilar	Rosa Ruiz, José Antonio
Jambrino Maldonado, Mª Del Carmen	Rueda Narvaez, Mario Federico
Jiménez López, José Antonio	Ruíz Alba Robledo, José Luis
López Toro, Alberto Antonio	Ruíz De La Rua, Francisco
Luna Jiménez, María José	Ruíz Mora, Ana Belén
Luque Aranda, Marta	Ruíz Muñoz, José María
Mairal Jiménez, Manuel	Ruíz Palomo, Daniel
Martinez Sánchez, José Manuel	Ruz Bravo, Oscar Hernán
Mercadé Melé, Perez	Sánchez Maldonado, José
Molina Gómez, Jesús	Sánchez Tejeda, Ana María
Molina Ruiz, Salvador Javier	Sánchez Toledano, Joaquín
Morales Caparrós, María Jesús	Sanjuan Solís, Jesús Carlos
Moreno Jiménez, Bernardo	Sarria Lozano, Enrique
Moreno Lorente, Francisco De Asis	Sarrión Gavilán, María Dolores
Muñoz Martos, María Del Mar	Sierra Herrezuelo, Plácido
Nadales Rodríguez, Daniel	Solar Beltrán, Inmaculada
Nadales Rodríguez, Enrique Luis	Soler Porta, Mariano
Onieva González, José Antonio	Toré Marín, Antonio Fernándo
Palomares Perraut, Rocío	Trujillo Vilchez, Francisco José
Palomino García, María Del Carmen	Valencia Quintero, María José
Pastor García, Maria Inmaculada	Valenzuela Serrano, Ángel Guillermo
Peláez Fernández, Mª Ángeles	Vallespin Aran, María Luisa
Pérez Aranda, Javier Ramón	Vargas Salto, José María De La
Pérez García, Juan Carlos	Vila Oblitas, José Roberto
Pineda Castillo, Francisco	Zamarreño Aramendia, Gorka
Pineda Hernández, Inmaculada	Zambrana Pineda, Juan Francisco
Concepción	Zumaquero Gil, Laura

PROFESORES ADSCRITOS A LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN EN EL CURSO ACADÉMICO 2012/13

Alarcón Urbistondo, María Del Pilar	Go
Albanchez Blanco, José Luis	Gra
Alcázar Martínez, Benjamín Del	Не
Antunez Torres, Antonio	Lóp
Arroyo Varela, Silvia Regina	Lur
Avellaneda Martínez, Ana María	Ma
Benitez Marquez, María Dolores	Ma
Bentabol Manzanares, María Amparo	Mig
Cantalejo García, Francisco	Мо
Caña Palma, Rocío	Мо
Casquero Tomás, Antonio	Мо
Cenizo Rodríguez, María Del Rosario	Мо
Cobo Jiménez, Antonio	Мо
Cruces Pastor, Eugenia María	Mu
Cruces Pastor, María Esther	Pas
Cruz Padial, Ignacio	Ros
Díaz Díez, Bárbara	Rui
Diaz Muñoz, Rocío	Rui
Galindo Reyes, Fuensanta Carmen	Sai
Gallego Pascual, Miguel	Sie
Garcia Sanchez, María Dolores	So
Gómez De La Cruz Talegon, Carlos	Tor
Fernando	Triç
Gómez Nuñez, Trinidad	Tru
Gonzalez Gomila, Francisco	Val
Gonzalez Guerrero, Miguel	Var
González Quintana, María José	

Gonzalez Robles, Eva María
Grana López, José Francisco
Hernández Huelin, Mónica
López Toro, Alberto Antonio
Luna Jiménez, Mª José
Martín Armario, Julita
Martín Rivera, Lucía
Miguel García, Francisca
Molina Ruiz, José Antonio
Molina Ruiz, Salvador Javier
Montiel Torres, Ana María (J)
Morales Gallego, Sebastián
Moreno Lorente, Francisco De Asís
Muñoz Martos, María Del Mar
Pastor García, María Inmaculada
Rosa Ruíz, José Antonio
Ruiz De La Rua, Francisco
Ruíz-Alba Robledo, José Luis
Sarrión Gavilán, María Dolores
Sierra Herrezuelo, Placido
Soler Porta, Mariano
Toré Martín, Antonio Fiernando
Trigo Martinez, Eduardo
Trujillo Vilchez, Francisco José
Valencia Quintero, María Jose
Varga Salto, José María De La

PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

SECRETARÍA

Jefa de Secretaría

Doña Mª Antonia Cervantes Galindo

Puesto Base

Doña Ana Mª 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 Mª 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 Rios 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 Eladia 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 2012-2013 se han incorporado al catálogo los registros de los 3.120 ejemplares integrantes de la donación Windows on Korea. A través de la web de la Biblioteca se encuentra disponible la bibliografía recomendada por los profesores.

Entre las bases de datos más consultadas en el año 2013 destaca Web of Science con el mayor nº de búsquedas. En el caso de las colecciones de libros electrónicos E-libro tiene el mayor nffl de accesos a texto completo con 490.762 seguido de Science direct con 161.829.

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

Colección bibliográficas (2013)

Monografías: 41.739.

Revistas: nº total de títulos 590

Títulos suscritos: 120

Colecciones cerradas: 470

Recursos electrónicos más consultados referidos al conjunto de la BU:

• E-Libro: 32.773 accesos

• ABI/INFORM: 14.287

• Scopus: 13.495 accesos

• Literatura online: 12.328 accesos

• Econlit: 11.324

• Web of Science: 11.029 accesos

• Banking Infomation Source: 10.907

Servicios a los usuarios (2013)

Préstamo domiciliario

• Prestamos por curso: 36.005

Renovaciones por curso: 2.195

• Reservas por curso: 373

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 sin que hasta el momento los alumnos hayan participado en ellas.
- 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.
- Sesiones de "Formación personalizada" siempre que el usuario lo solicite, se acuerda el momento para su realización.

Días y horas de apertura

- Apertura de 8:30 a 20:30 horas
- Días por curso 213 días
- Media de horas semanales de apertura (46,39 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 audivisuales)
- Equipos informáticos:
 - Ordenadores de sobremesa: 26 públicos y 2 OPAC
 - Portátiles para préstamos: 14
 - Proyectores: I 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 2012/13:

Curso 2012/13	DE	GAP	GMK	Grad GPA	Total
Alumnos matriculados:	847	88	869	175	1.979
Alumnos con anulación total de matricula:	37	10	24	12	83
Alumnos con anulación parcial de asignatura:			15	7	22
Alumnos matriculados con adaptación de plan de estudios.			43	2	45
Alumnos matriculados con convalidaciones/renovaciones:			150	17	167
Alumnos matriculados con traslados de entradas:			90	20	110



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:

- I. 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 2012/13 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: 1.306
 - Duplicados de llaves: 61
- Recepción y custodia de los objetos perdidos:
 - Objetos perdidos recibidos: 436
 - Objetos perdidos devueltos: 211
- Reservas y preparación de aulas para la docencia:
 - Reservas y preparación de espacios para actos
 - Salón de actos: 23
 - Salón de grados: 40
 - Aulas: 94
 - Hall: 8
 - Otros: 2
- Partes tramitados al servicio de mantenimiento: 117

Durante este curso se ha observado un gran incremento de la demanda de la reserva y preparación del salón de actos y salón de grados, debido a la intensa actividad de la Facultad en materia de eventos. Por otra parte, se han reducido el número de partes, pues el edificio ya tiene varios años de rodaje.

Por otra parte, es punto de reciclaje y recogida de residuos urbanos de la Universidad de Málaga, y en colabora con el vicerrectorado de Campus y Sostenibilidad en el reciclaje.



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, está información se puede con-

- sultar 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.

Servicios del curso académico 2012/13

- Número de Asignaturas regladas impartidas: 53 asignaturas.
- Número de horas en libre acceso para uso de los estudiantes: 2.870 horas.
- Número de estudiantes: 1.625 estudiantes.
- Número de consultas y asesoramiento realizados: 360 consultas.
- Número de equipos informáticos gestionados: 181 equipos informáticos.

MANTENIMIENTO

El servicio de mantenimiento constituye un apoyo importante al normal desarrollo de las actividades del centro. Durante el curso académico 2012/13 el total de partes recibidos y realizados por el servicio han sido 707, incluidos los trabajos de mantenimiento de los equipos de climatización.

MEMORIA ANUAL DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN (2012/13)

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 or 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 FACULTAD**

En el curso 2012/13 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 1979 alumnos matriculados, distribuidos de la siguiente forma:

Diplomatura en Ciencias Empresariales:

Curso	Hombres	Mujeres	Total alumnos
1°			
2°	25	28	53
3°	325	469	794
Total	350	497	847

Tabla. I Alumnos matriculados por curso y sexo en Diplomado en Ciencias Empresariales.

Diplomatura en Gestión y Administración Pública:

Curso	Hombres	Mujeres	Total alumnos
1°			
2°	12	13	25
3°	20	43	63
Total	32	56	88

Tabla. 2 Alumnos matriculados por curso y sexo en Diplomado en Gestión y Administración Pública.

Grado en Marketing e Investigación de Mercados:

MEMORIA ANUAL DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN (2012/13)

Curso	Total alumnos
1°	287
2°	313
3°	269
Total	869

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

Grado en Gestión y Administración Pública:

Curso	Total alumnos
1°	70
2°	52
3°	53
Total	175

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

MÁSTERS, EXPERTOS Y OTROS TÍTULOS PROPIOS IMPARTIDOS



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	Créditos Optativos	

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)	
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





III MASTER EN TASACIÓN E INTERMEDIACIÓN INMOBILIARIA

La implantación de este Master deriva del proyecto de colaboración del Iltre. Colegio de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria con la Universidad de Málaga, en el que se contempla la necesidad de especialización de los conocimientos de los nuevos colegiados en aquellas materias más necesarias para el desarrollo de la profesión.

OBJETIVOS:

Adquirir el conocimiento básico de las funciones de los Agentes de la Propiedad Inmobiliaria pueden desempeñar, así como de los métodos de valoración más importantes de tasación inmobiliaria.

DURACIÓN: 60 créditos (600 horas)

PLAN DE ESTUDIOS:

1° Módulo: (9 créditos):

TRANSMISIÓN Y CIRCULACIÓN DE BIENES INMUEBLES

- a) Compra, venta y permuta de fincas Rústicas y Urbanas
- b) Préstamos con garantía hipotecaria sobre fincas Rústicas y Urbanas
- c) Arrendamientos Rústicos y Urbanos:

Arrendamiento de finca rústica

Arrendamiento de finca urbana

Arrendamiento de uso distinto a la vivienda (local de negocio, industria y similares)

Arrendamiento con opción a compra

2° Módulo (9 créditos):

RÉGIMEN DE BIENES EN COMUNIDAD Y PROPIEDAD HORIZONTAL

- a) El régimen de propiedad Horizontal
- b) La intermediación y corretaje de los APIS en operaciones de compraventa, permuta y préstamos hipotecarios
- a) Régimen jurídico de la actuación de los APIS
- b) Funciones y deberes

- c) Responsabilidad de los APIS
- d) El arbitraje: La intervención de los APIS

3° Módulo: (12 créditos):

TASACIÓN INMOBILIARIA

- a) Conceptos generales
- b) El proceso de valoración
- c) Métodos de valoración
- d) Taller de tasación

4°MÓDULO (9 créditos):

TASACIÓN INMOBILIARIA II:

- a) La profesión de tasador.
- b) Métodos de valoración inmobiliaria
- c) Otros tipos de valoración
- I. Catastral
- II. Urbanística
- III. De derechos reales
- d) Modelos de informes de valoración inmobiliaria

5° MÓDULO (7,5 créditos):

MARKETING DE SERVICIOS INMOBILIARIOS:

- a) Introducción al marketing de servicios inmobiliarios
- b) El conocimiento del mercado y el consumidor en los servicios inmobiliarios
- c) La gestión de los servicios inmobiliarios como herramienta del marketing
- d) La atención al cliente y la gestión de la calidad como variables de diferenciación
- e) El precio como variable de marketing en la prestación de los servicios inmobiliarios
- f) La gestión de la distribución de los servicios inmobiliarios
- g) Comunicación y promoción de los servicios inmobiliarios en un nuevo entorno.

6° MÓDULO (6 créditos):

CONTABILIDAD FINANCIERA PARA AGENTES INMOBILIARIOS

- a) Introducción a la técnica registral de la contabilidad
- b) El plan general de Contabilidad: Estructura y composición
- c) Estudio y análisis de las principales cuentas de activo.
- d) Estudio y análisis de las principales cuentas de pasivo y neto.
- e) Cuentas de gestión: Ingesos y Gastos, gastos e ingresos imputados al patrimonio neto.
- f) Cuentas anuales

7° MÓDULO (7,5 créditos):

FISCALIDAD DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS

- a) Introducción a la fiscalidad indirecta
- b) Análisis de los impuestos estatales con mayor incidencia en las operaciones inmobiliarias
- c) La imposición local en las operaciones inmobiliarias.



XI 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.

MEMORIA ANUAL DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN (2012/13)

- 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.



XI 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:

I. 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

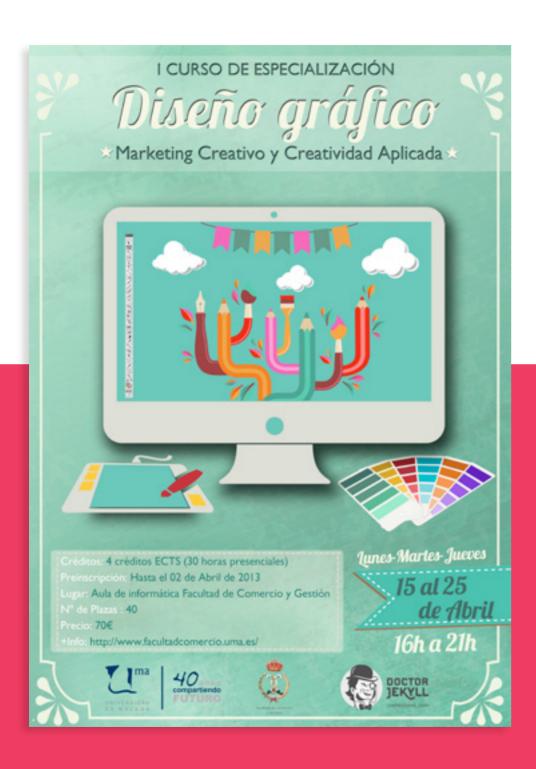
- 8.1. Estructura de los canales de distribución.
- 8.2. Estrategias de distribución del fabricante.
- 8.3. Análisis de las relaciones entre fabricante y distribuidor.
- 8.4. Estrategias del distribuidor.
- 8.5. Evaluación espacial y selección del emplazamiento comercial.

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.



I CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN DISEÑO GRÁFICO: MARKETING CREATIVO Y CREATIVIDAD APLICACA, 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)

- 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.

I CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DE **SOCIAL MEDIA Y MARKETING ONLINE**



Créditos: 3 ECTS (20 horas presenciales) Preinscripción: Hasta 3 de marzo de 2013

Fecha de inicio: 11 de merzo de 2013

Horario: Martes y jueves de 16 a 21 horas

Clases presenciales: 12, 14, 19 y 21 de marzo

Aula informática Facultad de

Nº de plazas: 60 € Precia:

http://www.ums.es/nue/proples/cursos.html

- 2. Comunicación en redes sociales
- 3. Creación de un blog en wordpress y
- 4. Arálisis de palabras clave.
- 6. Analitica web (Goodle Analytics).
- 7. Proyecto final.









I 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 presnciales)

- 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.





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

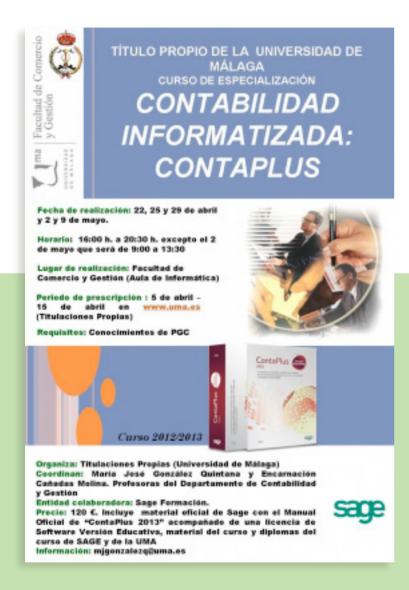
OBJETIVO:

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

DURACIÓN:

4 Créditos.

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



III curso de CONTABILIDAD INFORMATIZADA: CONTAPLUS, del 22 de abril al 9 de mayo de 2013.

OBJETIVO:

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)

- 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.

Cursos sobre cooperación al desarrollo

Convalidables por créditos de libre configuración en Licenciaturas y Grados

Curso 2012-2013

X curso de Introducción a la Cooperación Internacional para el Desarrollo

18 de octubre al 9 de noviembre de 2012

XII curso de Gestión de Proyectos de Cooperación para el Desarrollo

15 al 30 de noviembre de 2012

V curso de Comunicación para el Desarrollo y la Paz

21 de febrero al 15 de marzo de 2013

VI curso de Introducción a la Educación para el Desarrollo

4 al 19 de abril de 2013



Plazas limitadas

Matricular 68 auros

Colaboran

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

Organizan









OTROS TÍTULOS PROPIOS

X curso de INTRODUCCIÓN A LA COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO, del 18 al 11 de noviembre de 2012.

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

XII curso de GESTIÓN DE PROYECTOS DE COOPERACIÓN PARA EL DESA-RROLLO, del 15 al 30 de noviembre de 2012

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)

- I. 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

SEGUNDO SEMESTRE 2012-2013:

V curso de COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y PARA LA PAZ, del 21 de febrero al 15 de marzo de 2013.

OBJETIVO:

Proporcionar a profesionales y personas en proceso de formación, procedentes de diversos sectores, un conocimiento sobre la comunicación en los contextos del desarrollo y para la paz. Igualmente pretende servir como plataforma para la capacitación y promoción del voluntariado.

DURACIÓN: 3 créditos (30 horas)

PROGRAMA:

- Principales teorías sobre el Desarrollo. Teorías del conflicto, la violencia y la construcción de la paz.
- 2. El sistema internacional de cooperación y ayuda al desarrollo, actores e instrumentos. Relaciones comerciales globalizadas y desigualdad.
- Desafíos de la comunicación de las organizaciones sin ánimo de lucro en el contexto actual. Sinergias comunicativas entre las ONGD El papel de la CONGDE (Coordinadora de ONGD-España).
- 4. ONG y relación con los medios y los periodistas. Realidad de los departamentos de comunicación de las ONGD. Lecciones desde la experiencia: éxitos y fracasos en la política de comunicación de Entreculturas.
- 5. Características y condicionantes de los flujos internacionales de la información.

- Las noticias de internacional como reflejo de los desequilibrios Norte-Sur.
- 6. Hacia un periodismo intercultural. Algunos mitos en torno a la inmigración. Formas y prácticas de integración vs. discriminación.
- 7. Comunicación para el cambio social

VI curso sobre INTRODUCCIÓN A LA EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO, del 4 al 19 de abril de 2013

OBJETIVO:

Proporcionar a profesionales y personas en proceso de formación, procedentes de diversos sectores, un conocimiento sobre la Educación para el Desarrollo, dotándoles de herramientas para que puedan llevarla a la práctica. Igualmente pretende servir como plataforma para la capacitación y promoción del voluntariado.

DURACIÓN: 3 créditos (30 horas)

PROGRAMA:

- 1. Introducción: consideraciones iniciales en torno a la EpD
- 2. La exclusión social, un reto educativo
- 3. Educación para el Desarrollo: instituciones, campañas e iniciativas ONGD y movimientos sociales: convergencias para la incidencia política
- 4. Campaña mundial de educación / Red de Jóvenes
- 5. La EpD en el ámbito educativo formal
- 6. Taller de diseño de actividades de EpD en el ámbito educativo
- 7. Perfil del formador

TESIS DOCTORALES LEÍDAS

Titulo: Diseño e implantación de un modelo ABC/ABM para una empresa de transporte urbano colectivo.

Doctorando: D. Joaquín Sánchez Toledano

Directores: D. Daniel Carrasco Díaz y D. Daniel Sánchez Toledano

Departamento: Contabilidad y Gestión Fecha de lectura: 21 de septiembre de 2012 Calificación: Sobresaliente Cum Laude

RELACIÓN DE EMPRESAS PERTENECIENTES AL PROGRAMA DE PRÁCTICAS

EMPRESA

LIVII NEO/N
TORCAL INNOVACIÓN Y SEGURIDAD S.L.
BCM GESTION DE SERVICIOS
CARLOS RUBIALES CASTILLO
COPYRAP FRANQUICIAS
MALACA INSTITUTO
SOY UNA MARCA
ARTENESS
SMUFIT KAPPA HUELVA, S.A.
ACADEMIA OPOSICIONES J.AYALA
CALA RESORT
ASESORIA FROSAMA
TROPICAL MILENIUM
ASESORIA MEDINA MARIN, S.L.
INFORMATICA COSTA DEL SOL
HIERROS Y ALUMINIOS MEDIA

EFFICOLD, S.A.
HAPPYKLIENT, S.L.
CASTRO COTORRUELO, C.B.
CONSULTORIA, COMERCIALIZACION Y MARKETING, S.L.
GRUPO DABO CONSULTING EMPRESARIAL
PINTURAS ANDALUCIA, S.A.
DIRECCIONATE ESTRATEGIAS EMPRESARIALES, S.L.
GERENCIA MUNICIPAL DE URBANISMO DE LUCENA
CREATE DINAMIC LAB, S.L. (HOLA MOBIL)
CLUB DE MARKETIG
IMPELLERS
TRACKING THE WORLD.
AUTOMOTOR EXPERIENCE, S.L.
AUTOMOTOR PREMIUM, S.L.
AUTOS BELLAMAR, S.L.
AUTOS SAFAMAR, S.L.
CENTRO COMERCIAL HIPERWAGUEN, S.L.
GENERAL ELEVADORES XXI
MATERIALES DE CONSTRUCCION SERRANO, S.A.
SAFAMOTOR, S.A.

GALERÍA DE IMÁGENES CURSO 2012/13





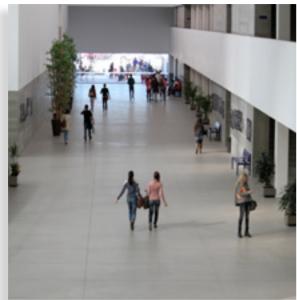
Los días 18, 19, 20 y 21 de septiembre, en el aula 2.17 de la Facultad, en horario de 10,00 a 13,00 horas, el **Departamento de Economía Aplicada (Matemáticas) imparte el "Curso Cero" de Matemáticas para la Economía y la Empresa.** Dirigido a los alumnos de nuevo ingreso en el Grado en Marketing e Investigación 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 21 de septiembre, el Salón de Grados de la Facultad de Comercio y Gestión acogió el **Acto Académico de Defensa y Lectura de esta Tesis Doctoral "Diseño e implantación de un modelo ABC/ABM** para una empresa de transporte urbano colectivo" por el profesor D. Joaquín Sánchez Toledano, del Departamento de Contabilidad y Gestión. Los directores de este trabajo han sido los Dres. D. Daniel Carrasco Díaz y D. Daniel Sánchez Toledano. El Tribunal responsable de la valoración de dicha tesis estuvo formado por María del Carmen Norverto Laborda, José Ángel Rivero Menéndez, Heriberto Suárez Falcón, María Luisa Jalón Delgado y María José Luna González.

Las empresas de transporte urbano colectivo en superficie, tanto de propiedad pública como privada, necesitan disponer de herramientas adecuadas para el conocimiento de la estructura y el comportamiento de los costes, lo que les permite una adecuada gestión de la información económica de las operadoras del sector. En el presente trabajo de investigación se propone un modelo de cálculo, análisis y control de los costes tipo, utilizando la metodología basada en actividades, empleada por cualquier empresa del sector y contrastándose su utilidad y viabilidad en una de las mayores empresas del sector nacional.





El lunes 24 de septiembre dieron comienzo las clases de los Grados en Marketing e Investigación de Mercados y de Gestión y Administración Pública. Se lleva a cabo la presentación de la Guía del Estudiantes que puede retirarse por los alumnos en la Conserjería del Centro. Además, la información relativa al calendario y horarios se encuentra en la de la Facultad y en nuestra Web, dentro de la zona dedicada a cada una de las titulaciones.



Desde 24 de septiembre, primer día del curso, **está disponible en el Complejo de Estudios Sociales y de Comercio inaugura la sala-comedor,** un nuevo espacio para que los alumnos que lo deseen puedan utilizarlo, trayendo su propia comida de casa. Dicha sala está ubicada en lo que era anteriormente el aula nº 1, en la planta baja, frente a la cafetería, y cuenta con microondas y máquinas de vending. El horario de apertura de dicha sala es de 8,30 a 19,00 horas.



El 25 de septiembre, una representación del **Decanato acudió a las distintas clases de primer curso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, y del grado en Gestión y Administración Pública para dar la bienvenida a los nuevos alumnos.** En el transcurso de estas visitas, además de darle la bienvenida a los nuevos alumnos a la Universidad de Málaga y a nuestra Facultad en particular, y de presentarles al equipo Decanal, se les informó de una serie de aspectos relevantes para los estudiantes como los relativos a su registro e inscripción en DUMA y en el Campus Virtual, los servicios e instalaciones del Centro, el Programa de Tutores entre iguales, así como de otros detalles de su interés.



El 18 de octubre dio comienzo el primero de los **Cursos de Cooperación al Desarrollo en la Facultad de Comercio y Gestión.** Se trata de Títulos Propios de la UMA, y son el X Curso de Introducción a la Cooperación Internacional para el Desarrollo y el XII Curso de Gestión de Gestión de Proyectos de Cooperación para el Desarrollo. El objeto de esta oferta formativa transversal es proporcionar a profesionales y futuros profesionales en muy diversos sectores, un conocimiento sobre la realidad que le rodea, relaciones norte-sur y sobre las distintas estrategias de lucha para la erradicación de la pobreza y la promoción del desarrollo humano sostenible. Igualmente pretenden servir como plataforma para la capacitación y promoción del voluntariado. Estos cursos tienen 3 ECTS y son convalidables por la formación general obligatoria para participar en el "Campus de Voluntariado Universitario en Cooperación Internacional para el Desarrollo" que convoca el Vicerrectorado de Relaciones Internacionales de la Universidad de Málaga, quien ha asignado 10 ayudas económicas para su realización.





Desde el inicio del curso en septiembre, la Facultad pone en marcha por primera vez el Programa de Tutores entre iguales, destinado a ayudar y facilitar la integración de los estudiantes de nuevo ingreso en la vida universitaria. El Programa se pone en marcha gracias a la colaboración de un grupo de estudiantes de tercer curso, que voluntariamente ejercerán de tutores de aquellos otros alumnos de nuevo ingreso que deseen participar. El objetivo es facilitarles ayuda y orientación en aquellos aspectos (académicos, sociales y administrativos) que puedan necesitar en este primer año en la Universidad. Esta ayuda puede consistir en proporcionar información sobre los recursos de la Universidad en general, y de nuestra Facultad en particular, así como orientación académica durante este primer año (asignaturas, entrega de trabajos, períodos de estudio, exámenes, etc.).



El día 4 de Octubre tuvo lugar el seminario Legalidad 2.0 aplicada al marketing y la comunicación, a la que los alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados podrán asistir de manera gratuita, de acuerdo al convenio firmado entre el Club de Marketing de Málaga y la Rectora de nuestra Universidad. Este Seminario, impartido por Dª Camino García Murillo, tuvo lugar en el salón de actos de Cajamar, en la Alameda Principal nº 19, a las 19,00 horas. Durante la charla se expusieron las normas legales a las que están sometidas las redes sociales y se mostraron algunas pautas para operar dentro de la legalidad vigente.





Durante los meses de septiembre y octubre, La Facultad de Comercio Y Gestión ha participado en el Voluntariado Internacional y en los Proyectos de Cooperación Internacional al Desarrollo de la Universidad de Málaga. El Proyecto titulado: Participación en los Proyectos de Fortalecimiento Institucional y Apoyo a Microempresarios del Programa Ejercicio Profesional Supervisado Multiprofesional (Epsum) de la Universidad San Carlos de Guatemala (Usac), ha sentado las bases para la realización de voluntariado internacional y prácticas de grados y master. Como primera experiencia, dos alumnas y un alumno, fueron seleccio-

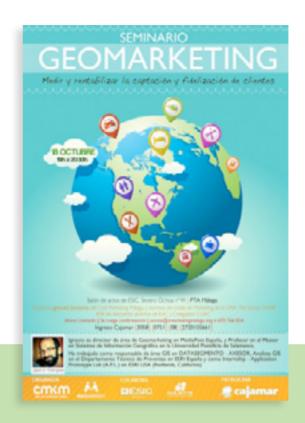




nados para integrarse en el programa, que tiene más de 16 años de experiencia, donde los alumnos de últimos cursos realizan prácticas académicas tutorizadas en sus áreas profesionales, en comunidades necesitadas, como complemento a su formación y con objeto de servir a la sociedad guatemalteca. Acompañados en sus primeros días por un profesor nuestra Facultad, realizaron su labor en la Mancomunidad de Municipios Metrópoli de los Alto (Quetzaltenango) y en la Mancomunidad Copán-chortí (Jocotán, Chiquimula). También se participaron en diversas actividades de la USAC.



Los días 16 y 17 de octubre, en el Salón de Actos de la Facultad de Derecho en Teatinos, y en el Paraninfo en el Ejido respectivamente, se celebraron las Asambleas informativas sobre movilidad estudiantil internacional, organizadas por el Servicio de Relaciones Internacionales de la Universidad, y a la que todos los alumnos de la Facultad estaban invitados a participar. En ellas se informó de los distintos programas de movilidad a los que los alumnos pueden optar, que sin duda constituyen un muy buen complemento a su formación.



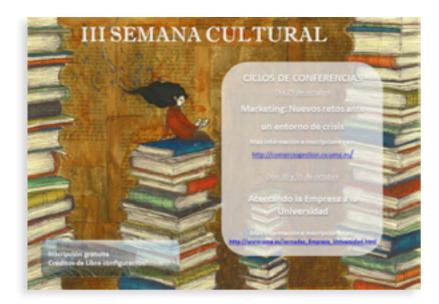
El día 18 de octubre **tuvo lugar el seminario sobre Geomarketing:** "Medir y rentabilizar la captación y fidelización de clientes", organizado por el club de marketing, a la que los alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados pudieron asistir de manera gratuita. Impartido por D. Ignacio Rodríguez, Director del Área de Geomarketing en MediaPost España, se celebró en el salón de actos de ESIC, en el Parque Tecnológico, C/ severo Ochoa n° 49.



El día 26 de octubre tuvo lugar el **Acto de Apertura de la XI Edición del Máster y Experto Universitario en Marketing de Negocios** en el Salón de Grados de la Facultad de Comercio y Gestión, presidido por la Vicedecana Dª Eva María González Robles. Para esta ocasión se contó con las comparecencias del Sr. D. Francisco Ramos, Director General de la Agencia de Publicidad El Cuartel, y el Sr. D. Chema Aranda, Redactor Creativo, los cuales impartieron una conferencia titulada: "El Cliente Contrataca". A continuación se abrió un turno de preguntas donde se pudo ver la inquietud de los nuevos alumnos en relación al marketing. Asimismo asistieron un nutrido grupo de antiguos alumnos y profesores del citado Master, y se ofreció un coctel a todos los participantes de esta nueva edición.



El día 26 de octubre tuvo lugar el tradicional **Acto de Clausura de los alumnos** del **Título Propio en Estudios Inmobiliarios de la Facultad de Comercio y Gestión.** Dicho acto 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. Marcelo Cambló Mora, Presidente del Colegio de Administradores de Fincas de Málaga y D. Francisco Cantalejo García, Decano de la Facultad y Director del Título propio. En el transcurso del mismo, además de las palabras de los representantes del Colegio y de la Facultad, intervino el alumno Rafael Navarro, en representación de todos sus compañeros, y se procedió a la tradicional imposición de becas y del escudo colegial.





Semana Cultural

Con motivo de la Semana Cultural, tuvieron lugar en el Salón de Actos de la Facultad un nuevo Seminario de Marketing y las III Jornadas Acercando la Empresa a la Universidad.

El día 29 de octubre a partir de las 10,30 horas, se celebró El Seminario de Marketing, titulado, "Marketing: Nuevos retos ante un entorno de crisis", contando con la participación de los siguientes ponentes:

- Víctor Uclés, Director de Marketing de Servicios de El Corte Inglés, que habló sobre: "Innovación en el retail: El caso de El Corte Inglés, en la que presento los nuevos servicios y estrategias que está desarrollando este importante Grupo en los últimos años.
- Carlos Castillo, CRM Manager en el Grupo L'oreal para España y Portugal, quien impartó la conferencia titulada: "El CRM en el retail", traslado a los asistentes la importancia, las aplicaciones y las estrategias de marketing basadas en la gestión de clientes como una importante herramienta para la fidelización.

Ambas conferencias despertaron el interés y captaron la atención de los alumnos de la Facultad, que completaron el aforo del Salón con capacidad para 450 plazas y participaron de forma activa en el debate posterior con los ponentes.

Los día 30 y 31 de octubre se desarrollaron las **III Jornadas Acercando la Empresa a la Universidad,** organizadas conjuntamente por la Confederación de Empresarios de Málaga y el Servicio de Cooperación Empresarial y promoción de Empleo de esta Universidad.

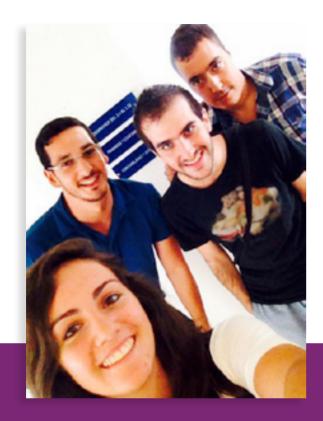
Entre las actividades a desarrollar con motivo de la Semana Cultural de la Facultad de Comercio y Gestión, el Decanato convocó un Concurso para la Creación de los Logotipos de los dos Grados que en la actualidad se imparten en el Centro. Dirigido a todos los alumnos matriculados en esta Facultad, y todo el personal docente e investigador y de administración y servicios adscritos al Centro. El 15 de noviembre último día para entregar los trabajos.



El día 31 de octubre **la Biblioteca del Centro organizó las jornadas de bienvenida**, donde, a través de una serie de actividades, se dan a conocer las instalaciones de la biblioteca y sus servicios a los nuevos alumnos. Se llevó a cabo mediante visitas guiadas que se efectuaron en cuatro turnos, a las 9,00; 13,00; 16,00 y 19,00 horas.



El día 13 de noviembre tuvo lugar el seminario SOBRE "Net Promoter Score: Conectar la Satisfacción del Cliente con el Crecimiento de la Compañía", Organizado por el Club de Marketing, en el salón de actos de Promálaga, a la que los alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados podrán asistir de manera gratuita. Impartido por Da Cristo González, Responsable de Canales y Medios de Pago de Unicaja y miembro del Comité nacional de Marketing de E6000. Líder del proyecto de Restructuración Financiera de GE Money Bank en España, también desempeñó diferentes cargos como la Dirección de Marketing y de Calidad a nivel nacional en GE Money Bank España, y puestos en ambas áreas, además de en Plataformas de Operaciones, y en diversos países dentro de General Electric, así como en ESSO Petroleum UK. Licenciada en Marketing & Accounting por The Manchester Metropolitan University y Diplomada en CCEE por la Universidad de La Laguna. Certificado en 6 Sigma Black Belt en Calidad por GE y en Net Promoter Score (NPS) por Satmetrix. Participó en la puesta en marcha del NPS en GE Money Bank España. Formó parte del lanzamiento de la iniciativa Women's Network de GE en España, creada para el desarrollo igualitario de la mujer dentro de la empresa.





El día 13 de noviembre tuvo lugar la Jornada de Bienvenida de los Tutores para los alumnos del primer curso que participan en este Programa de Tutorización Entre Iguales. Dicha Jornada está enmarcada dentro del Programa de Orientación y Apoyo a los alumnos de primero promovido y avalado por el Decanato de la Facultad y cuenta actualmente con más de 120 alumnos inscritos de primer curso para ser tutorizados y 7 voluntarios de tercero que actuarán de tutores. El acto se inició con la presentación de este proyecto a los alumnos por parte del Vicedecano de Alumnos y Cooperación Empresarial, D. Benjamín del Alcázar, y de la Coordinadora de este Proyecto Dña. María José González Quintana.

Posteriormente se presentaron los alumnos que ejercerán de tutores, pertenecientes al tercer curso del Grado de Marketing e Investigación de Mercados, dirigidos por la alumna Blanca Sánchez Rosado, y realizaron una exposición sobre la importancia de las tutorías entre iguales en las que ellos como alumnos de tercero 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 en el aula de informática de la Facultad donde los alumnos formalizaron una encuesta en la que pusieron de manifiesto las cuestiones que más les preocupan y quieren conocer.



En diciembre **nuestro Centro volvió a ser escenario de un rodaje cinemato- gráfico de ámbito internacional.** En este caso se trata de un videoclip musical del último single "Beach of Diamonds" del grupo británico "Puro Love", lanzado a principios del mes de diciembre de 2012 y que cuenta con más de 200.000 visitas en YouTube.



El día 18 de diciembre se reunió el jurado que habría de juzgar el concurso de los logotipos para las titulaciones de la Facultad convocado con motivo de la III Semana Cultutral. El jurado estuvo formado por D. Francisco Cantalejo García, Decano de la Facultad de Comercio y Gestión y D. Felipe Roldán Rodríguez, Representante del Club de Marketing de Málaga. También lo formaban Representante del Decanato y profesorado, PAS y representantes de los alumnos. Y tras celebrar una segunda votación, se obtuvieron los resultados finales que fueron los siguientes:



Logotipo número 30: 41 puntos, autora Dña. Mercedes Vega Moreno Logotipo número 41: 28 puntos, autora Dña. Mercedes Vega Moreno Logotipo número 10: 19 puntos, autor D. Jorge Bustos Quintana Logotipo número 13: 16 puntos, autor D. Pablo García Vallejo Logotipo número 48: 13 puntos, autor D. Pablo García Vallejo

Los dos trabajos ganadores del concurso se someterán como propuesta a la Junta de Centro de la Facultad, para que en caso de aprobación por la misma puedan ser utilizados como elementos oficiales representativos de los Grados de Marketing e Investigación de Mercados y de Gestión y Administración Pública.





El día 10 de enero a partir de las 12,30 horas en el Aula 2.15 de la Facultad de Comercio y Gestión, **tuvo lugar el Taller sobre Técnicas de Preparación de Exámenes, Organizado por el Grupo de Orientación Universitaria de la Facultad.** Destinado principalmente a los alumnos de primer curso, esta actividad se enmarca dentro del Programa de Tutorización entre Iguales. El taller, preferentemente dirigido a los alumnos de primer curso de los Grados en Marketing e Investigación de Mercados y de gestión y Administración Pública, estuvo abierto a todos los alumnos de la Facultad.



El taller se inició con una pequeña reflexión sobre las distintas técnicas de estudio existentes, y los pasos a seguir antes, durante y después de los exámenes, haciendo hincapié en temas relacionados con la buena alimentación y el descanso, así como la organización del alumno en las distintas materias de este primer curso. A continuación, los alumnos pudieron obtener información sobre el desarrollo de cada uno de los exámenes de cada asignatura de este cuatrimestre, así como distintas técnicas para poder afrontarlos mejor. Para finalizar, se realizó una ronda de preguntas, en la que los alumnos pudieron expresar sus temores y dudas, a los distintos tutores, sobre sus primeros exámenes en la UMA. Tras una breve encuesta realizada a dichos alumnos, podemos concluir diciendo que fue de gran utilidad y recomendarían realizar este taller en ediciones posteriores.



El día 24 de enero las 19,00 horas, en el salón de actos del Museo Picasso, tuvo lugar el Seminario sobre "Marketing con causa: Herramientas para la Puesta en Marcha de una Estrategia de RSC", Organizado por el Club de Marketing. De acuerdo al convenio firmado entre el Club de Marketing de Málaga y la Rectora de nuestra Universidad, los alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados tendrán acceso gratuito. Participarón en este seminario representantes de la Fundación Casa Ronald Macdonald, Aspromanis Servicios, Bancosol, VSF-Justicia alimentaria Global, Cudeca, Asociación Cultural el Zegri, Proyecto Hombre, y Fundación Luis Olivares. En sus intervenciones los representantes de las entidades explicaron su visión sobre las formas en que las empresas pueden desarrollar estrategias de RSC, y exponiendo su caso en particular.



El día 13 de febrero a las 12,30 horas en el Salón de Grados de nuestra Facultad, **tuvo lugar la conferencia: Living in UK.** Organizada por la empresa Idiomas WHY, en colaboración con el Instituto de Práctica Empresarial, la Fundación Humanismo y Negocios y la Facultad de Comercio y Gestión, informó a todos los alumnos interesados en conocer todo lo necesario para moverse, vivir y trabajar en el extranjero, especialmente en el Reino Unido.



El día 14 de febrero, de 10:00 a 12:00 horas, en la Sala de Grado de la Facultad de Comercio y Gestión, **tuvo lugar la conferencia "Aprender a Vender: Claves Prácticas en el Proceso de Ventas".** Promovida por el Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo de la Uma, en colaboración con la empresa Hiágora y la Facultad de Comercio y Gestión, fue impartida por D. José Antonio Padilla, Director General de Hiágora.



El día 21 de febrero, a las 13:30 horas, **en el Decanato de la Facultad de Comercio y Gestión,** se llevó a cabo la adjudicación definitiva de destinos Erasmus para el curso 2013-2014.



Los días 12, 14, 19 y 21 de marzo, de 16 a 21 horas, en el aula informática de la Facultad de Comercio y Gestión, **tuvo lugar el I Curso de Especialización de** "Social Media Y Marketing On Line", título propio de la Universidad de Málaga con 3 créditos ECTS. Organizado por el Decanato en colaboración con las empresas Soyunamarca y Social Totem, se desarrolló con clases presenciales y con orientación totalmente práctica. El curso es una respuesta al auge del marketing online, el posicionamiento, la gestión de marca en internet y las Redes Sociales. Contiene 20 horas presenciales donde aprende 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.







El día 15 de marzo, las 12,30 horas, tuvo lugar la Conferencia "Importancia de los usos y costumbres del cliente: Caso Orbyt", impartida por el Director General de Expansión, D. Carlos Beldarrain impartirá en el Salón de Actos de nuestra Facultad. En el transcurso de este acto, se expusieron las bases y detalles de una Competición Académica para los Alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, cuyo objetivo principal era aportar ideas para el desarrollo de estrategias de marketing que contribuyan a la difusión del diario Expansión entre los estudiantes universitarios de España.





También participó en el coloquio con los alumnos Dª Marta Romaní, Directora de Marketing de Expansión, y por la Facultad intervinieron Benjamín del Alcázar, Vicedecano de Alumnos y Cooperación Empresarial; Eva Mª González, Vicedecana de Calidad, Cultura y Sostenibilidad y José Luis Ruiz de Alba, Profesor de Marketing y coordinador de la actividad. Al comienzo del acto, un grupo de cinco alumnos, asesorado por Eva González, Coordinadora de la asignatura de Investigación de Mercados, presentaron un trabajo sobre el perfil de alumnos del Grado de Marketing y sus hábitos de lectura de prensa económica. Entre las conclusiones, sobre una muestra representativa de todos los cursos, cabe destacar que el 65% lee prensa económica algún día a la semana y que cerca un 90% quiere ser empresario en un plazo de 5 años.

Al acto asistieron más de 200 estudiantes del Grado de Marketing e Investigación de Mercados así como numerosos profesores.



El 21 de marzo, una **Delegación de Alumnos y Rectores de Arabia Saudí Visitaron la Facultad de Comercio y Gestión.** Recibidos por el Vicerrector de Estudiantes de la Universidad de Málaga, Juan Antonio Perles, en el Salón de Grados de la Facultad, la delegación, compuesta por 80 estudiantes, inició su visita a la UMA en la Facultad de Comercio y Gestión. La visita, iniciativa de la Federación Mundial de Scouts Musulmanes, federación que pertenece a la Organización de Cooperación Islámica en Arabia Saudí, se realiza dentro del marco de intercambio de cultura entre los jóvenes estudiantes universitarios.



Los días 10 y 11 de abril, en el Pabellón Cubierto del Polideportivo Universitario, en horario de 11 a 13 horas, se llevaron a cabo los "Talleres de Competitividad y Tenacidad Empresarial" Organizados por la Unidad de Emprendedores de la UMA con el Apoyo de Andalucía Emprende. Impartido por la empresa Mind, Company & Sport, especialistas en entrenamiento de conductas y procesos empresariales, utiliza la Psicología Deportiva como ciencia que permite trasladar el rendimiento deportivo a la productividad empresarial. Con carácter gratuito y de interés para los alumnos de la Facultad de Comercio y Gestión.



Los días 15, 16, 18, 22, 23 y 25 de abril, de 16 a 21 horas, en el aula informática de la Facultad de Comercio y Gestión, tuvo lugar el I Curso de Especialización en "Diseño Gráfico: Marketing Creativo y Creatividad Aplicada, de 4 créditos ECTS y Orientación totalmente práctica, organizado por este Decanato. El objetivo del curso es ofrecer a los profesionales, que deseen desarrollar su actividad profesional en el ámbito del marketing, las destrezas y conocimientos necesarios para el manejo de herramientas que le permitan crear materiales gráficos para el apoyo de sus acciones de marketing. También se trata la marca personal con un asesoramiento personalizado que ayuda al estudiante a realizar una presentación de material original cuando sea el momento de su inserción laboral. Con 30 horas presenciales, se aprende a manejar el software y las herramientas de diseño más utilizadas en el ámbito de esta área profesional.



Los días 23, 29 y 30 de abril y 5, 6, 13 y 14 mayo de 16h a 20h en la Facultad de Comercio y Gestión, se desarrolló el I Curso de Especialización en CRM como Herramienta de Marketing: Haciendo Fans a Nuestros Clientes, de 4 Créditos ECTS, centrado en el conocimiento práctico de esta importante herramienta para la gestión de nuestra cartera de clientes.

A través del enfoque comercial de marketing relacional, las organizaciones pasan de ser expertas en productos a especializarse en clientes. Bajo esta concepción los clientes deben ser algo más que meros consumidores habituales de nuestras marcas de ahí, que hoy se hable de clientes fans. De clientes que vivan nuestra marca. Para conseguirlo, debemos desarrollar herramientas que nos proporcione buena, completa y continua información de nuestros clientes. Sólo con información así podremos adaptarnos y adelantarnos a sus necesidades.





Los días 18 y 19 de abril en el Salón de Actos de la Facultad de Comercio y Gestión, tuvo lugar el Curso sobre Merchandising en la Empresa Familiar Organizado por la Cátedra Sántander de Empresa Familiar y la Facultad. Dirigido por José Roberto Vila Oblitas Y Francisca Parra Guerrero. Fue inaugurado el curso por D. Francisco Cantalejo García, Decano de la Facultad. Las conferencias fueron: "Animación del producto en el lugar de venta en Leroy Merlin". Dña. Maria José Azor, Controladora de Gestión de Leroy Merlin. "Estrategias de Merchandising en la Empresa Familiar". D. Alfonso Cebrián Díez. Presidente de la fundación Nexia para el desarrollo de la Empresa Familiar. Universidad de Barcelona. "Estrategia Empresarial en el Lugar de Venta: El Caso de R.B. Radia Térmico". D. Juan Ramón Rodríguez Bernalte, Director General de la empresa R.B. Radia Térmico. "Animación en el punto de venta en una Empresa Familiar: el caso de Muebles Román". D. Alejandro Román, Muebles Román. "La gestión del surtido y su importancia en la rentabilidad del punto de venta". D. Antonio Navarro García. Universidad de Sevilla. "La ambientación en el punto de venta".

D. Enrique Díez de Castro. Universidad de Sevilla.

El 16 de abril a las 12,30 horas en el Salón de Grados de la Facultad de Comercio y Gestión, tuvo lugar la **conferencia Claves para Trabajar y Vivir en Alemania,** Organizada por la empresa Idiomas WHY, en colaboración con el Instituto de Práctica Empresarial, la Fundación Humanismo y Negocios y la Facultad. Con ella se pretende informar a todos los alumnos interesados sobre todo lo necesario para encontrar empleo, vivir y moverse en el extranjero, especialmente en este caso en Alemania.





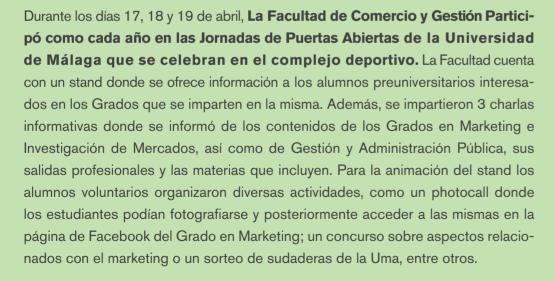
El día 17 de abril, a las 12,30 horas, tuvo lugar en la Facultad de Comercio y Gestión el Taller "Aprender a Hablar en Público: Técnicas para perder el Miedo en las Presentaciones". Organizado e impartido por el Grupo de Orientación Universitaria (GOU), dentro del programa de Orientación y Apoyo a los alumnos de primero, el cual se encuentra promovido y avalado por el Decanato de nuestra Facultad. El taller se inició con la exposición de las técnicas básicas a tener en cuenta a la hora de realizar una exposición en público, además, nuestros tutores les dieron a los alumnos algunos consejos personales para controlar los nervios. Durante el desarrollo del taller se proyectaron varios fragmentos de la película "El discurso del Rey" y "Larry Crowne, nunca es tarde" en los que se ponía en práctica algunas de las técnicas anteriormente expuestas.

En la segunda parte del taller, se realizó una breve exposición para que los alumnos conocieran los requisitos que tiene que tener una presentación Power Point y qué es lo que no se debe incluir en ellas. Para finalizar, se hizo un pequeño juego en el que los alumnos tenían que elegir uno de los temas elegidos por los tutores previamente, y exponer en cinco minutos todo lo que supieran sobre dicho tema.



Durante los días 22, 25, 29 de abril y 2 y nueve de mayo, **tuvo lugar el III Curso de Contabilidad Informatizada: Contaplus,** celebrado en la Facultad de Comercio y Gestión, coordinado por el Departamento de Contabilidad y Gestión, con la colaboración de la empresa Sage Formación. El curso tiene por objeto la formación, orientada al ámbito profesional a través de la aplicación informática Conta-Plus. Con el curso el alumno obtiene los conocimientos necesarios para llevar la contabilidad de una empresa con apoyo del programa, uno de los más difundidos y utilizados del mercado. Tiene una duración de 30 horas y 3 ECTS.







El 18 de Abril, una vez más, La Facultad de Comerio y Gestión y su entorno ha captado el interés de una Agencia Publicitaria y ha sido el Escenario de un nuevo spot publicitario proyectado en el Salón del Automóvil de Ginebra. En esta ocasión forma parte del anuncio emitido en dicha la feria del automóvil con ocasión de la presentación del nuevo Audi A3. Podéis ver el spot, así como un making-of del mismo en los siguientes enlaces:

http://youtu.be/hPUZ-iDYx9I http://youtu.be/iGLqWJ 6aCw







El día 19 de Abril, a las 16H en la Sala de Grados de la Facultad de Comercio y Gestión, tuvo lugar la Conferencia Titulada "Organización Territorial y Urbanística de Andalucía" en la Facultad de Comercio y Gestión, a cargo de Dª Mª Aránzazu Ortiz Martín, Licenciada en Geografía por la Universidad de Málaga, es actualmente Jefa del Servicio de Protección Ambiental de la Delegación Provincial de Málaga de la Consejería de Medio Ambiente; Funcionaria-Inspectora de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Vivienda de la Dirección general de Inspección de la Consejería de Obras Públicas y Transportes.

El día 26 de abril a las 10,30h, se celebró en el salón de grados de la Facultad de Comercio y Gestión el Seminario-taller titulado: "Claves para la Mejora de la Calidad en el Proceso de Implantación de los Trabajos Fin de Grado (TFG) y su tutorización" impartido por el profesor Doctor D. Iñaki Periáñez Cañadillas, Profesor de la Universidad del País Vasco que cuenta con una dilatada experiencia en el ámbito de la calidad, ocupando puestos y desarrollando tareas en este ámbito entre las que destaca Responsable Técnico de la Evaluación Institucional de la UPV/EHU; Responsable e Interlocutor ante la ANECA del contrato de adhesión firmado entre la UPV/EHU y la ANECA para la evaluación de titulaciones dentro del programa de evaluación institucional (PEI), Auditor de la ANECA cuyo objetivo es realizar la función de contraste externo de los procesos de Evaluación Institucional y Acreditación de las enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de títulos oficiales y con validez en todo el territorio nacional. El Seminario tenía como objetivo facilitar a los profesores del Centro aspectos prácticos de gran relevancia para la adecuada tutorización de los TFG, que arrancarán en nuestra Facultad el próximo curso académico.





En el acto estuvieron presentes Alicia del Villar, Directora de Desarrollo de Negocio de Expansión; Marta Romaní, Directora de Marketing de Expansión, Pilar Valcarce, Directora de Marketing del Grupo Holidayworld, Eva González, Vicedecana de la Facultad de Comercio y Gestión y José Luis Ruiz de Alba, Profesor de la Universidad de Málaga y Coordinador de la actividad.



Los tres trabajos premiados fueros los siguientes: primer premio el trabajo "S.O.S. Orbyt", presentado por los alumnos Gabriel Mena Ramírez, Alfonso Navarro Medina, Pedro Martín Núñez, Alejandro Mora Peña y Santiago Miños González. Este trabajo fue coordinador por el Profesor José Roberto Vila Oblitas. El segundo premio correspondió al trabajo titulado: "Plan estratégico Expansión", el grupo estaba compuesto por los alumnos: Xenia De Olózaga Fernández, José Daniel Ramírez Vigo y Elena Márquez Fernández. Dicho trabajo fue coordinado por el Profesor Antonio Toré. El tercer premio fue para el trabajo titulado: "Expande tus conocimientos: Expande-T". Fue presentado por los alumnos: Juan Carlos Cívico Morales, María Teresa Valverde Gutierrez y Narciso Jiménez Martín. Además del diario Expansión, se ha contado con el patrocinio del Grupo Holidayworld y Harley Davidson.



El 26 de abril a partir de las 16,00 horas en el Salón de Grados, **tuvo lugar el Seminario Práctico Sobre "Análisis y Validación de Ideas de Negocio" en la Facultad de Comercio y Gestión.** El fue Impartido por los Profesores: D. Evaristo Colomina Climent, Doctor en Ciencias Empresariales y Profesor Titular de Universidad del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Alicante. Ha sido Subdirector de la Escuela Politécnica Superior y Director del Master en Negocio Electrónico de la Universidad de Alicante. Y D. Leonardo Yáñez Muñoz, Doctor en Ciencias Empresariales y Profesor Titular de Universidad del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Alicante. Ha sido Director de la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales "Germán Bernácer" de Alicante.



El día 29 de abril a partir de las 12,30 horas, en el Salón de Grados de la Facultad, tuvo lugar el Taller Universidad y Empleo: **Jornada Informativa sobre los Servicios de la UMA relacionados con el Empleo e Incidencia sobre las Prácticas.** Este taller, organizado conjuntamente por el Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo y nuestra Facultad, tiene por objeto dar a conocer, especialmente a los alumnos de últimos cursos, los distintos servicios que ofrece nuestra Universidad para la ayuda en la búsqueda de empleo, orientación profesional y las distintas tipologías de prácticas, entre las que se encuentran las prácticas curriculares, extracurriculares e internacionales.

Participarán en el mismo: D^a Sonia Doblas, Técnica de Orientación Profesional del Servicios de Cooperación Empresarial y promoción del Empleo de la Uma. D^a Belén Atencia, Técnica del Servicio de Relaciones Internacionales de la UMA. D^a Benjamín del Alcázar, Vicedecano de Alumnado y Cooperación Empresarial de la Facultad de Comercio y Gestión.



Los días 8 y 10 de mayo, en la Sala de Grados de la Facultad de Comercio, tuvieron lugar las Jornadas de Universitari@s por una Economía más justa. Impulsadas por la ONGD Economistas sin Fronteras y la Facultad de Comercio y Gestión, el objetivo de las jornadas es facilitar el conocimiento y la comprensión del funcionamiento del sistema económico actual, las causas de la pobreza y la desigualdad, y las alternativas reales que están poniéndose en marcha desde diferentes colectivos para hacer frente a esta problemática. Para ello, contaremos con ponentes conocedores de esta realidad que provienen del mundo de la cooperación, el desarrollo y la economía crítica. La actividad está abierta a toda la comunidad universitaria de Málaga, es una actividad cultural reconocida con créditos ECTS para todas las titulaciones de grado de la Universidad.



Los días 10, 16, 31 de mayo y 6 de junio en horario de 16,30 a 21,00 horas, en el Salón de Grados de la Facultad de Comercio y Gestión, tuvo lugar el VIII Curso Práctico: El Administrador de Fincas: Gestión Actual", Organizado por el Ilustre Colegio de Administradores de Fincas de Málaga y Melilla en nuestra Facultad. En virtud de la colaboración que viene desarrollando dicho colegio con la Facultad de Comercio y Gestión, los alumnos del Centro se inscriben en condiciones especiales.





El 25 De Abril, La Facultad de Comercio Acogió el V Encuentro Anual del Máster de Marketing de la Unviersidad de Málaga, acto que tradicionalmente reúne a los antiguos alumnos de las distintas ediciones, profesores y colaboradores de este Título Propio. En esta ocasión tuvo lugar la conferencia titulada "Internal Branding como estrategia de diferenciación", a cargo de Carlos de la Guardia Gascuñana, Responsable de Internal Branding Danone Internacional. El conferenciante partió de la importancia del internal branding en una empresa, centrándose en algunos puntos como aquellos en los que el cliente interactúa con el empleado de la empresa, haciéndonos ver a todos los asistentes la importancia que tiene que este eslabón de la empresa esté continuamente informado, formado y motivado.

Existen mediciones que nos hacen ver la importancia del cuidado del "cliente interno", ya que, si éste está en sinergia con la marca hace que repercuta incluso en el beneficio final de la empresa. A continuación se abrió una mesa redonda con: José Manuel Gómez-Zorrilla (Jefe de marketing del Museo Picasso Málaga), Leopoldo Mérida (Director de Cuentas y Socio Fundador de Doctor Watson Comunicación y Director Tienda UMA. Experto Universitario en Marketing de Negocios), Leonor Díaz González (Jefe de Ventas en Andalucía y Extremadura de Clear Channel), Benjamín del Alcázar (Coordinador del Máster de Marketing) y el propio ponente.





Los días 2 y 3 de mayo, La Facultad de Comercio y Gestión Acogió la Celebración de la XIII Junta General de Accionistas de Universia. El acto, del que la Universidad de Málaga ha sido anfitriona, ha reunido en nuestra Facultad a la mayor red de universidades del mundo, con 1.242 instituciones académicas de 23 países. El encuentro ha repasado la actividad desarrollada en 2012 y ha presentado sus futuras líneas de acción. Emilio Botín, presidente de Universia y de Banco Santander, ha presidido el acto, que ha contado con la asistencia de todos los miembros de Universia en España (79 universidades españolas). Le han acompañado Adelaida de la Calle, presidenta de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE) y rectora de la Universidad de Málaga, Jaume Pagès, consejero delegado de Universia, y José Antonio Villasante, director general y director de la División Global Santander Universidades de Banco Santander.



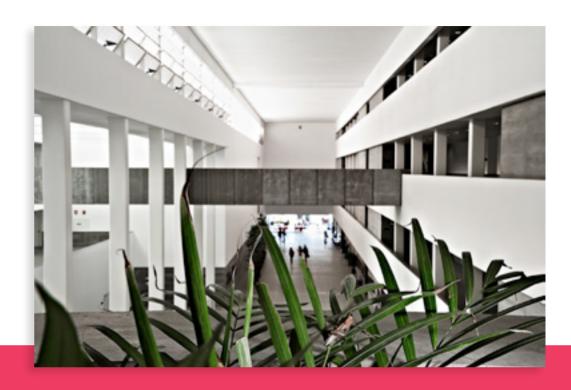




En mayo, tuvo lugar la original exposición de los trabajos finalistas de la 6ª edición del concurso fotográfico organizado por la Fundación Banco de Santander en colaboración con Universia denominada Fototalentos 2013. La exposición presenta las fotografías finalistas en las distintas categorías del concurso montadas sobre palets reciclados. Los cuales, al mismo tiempo de servir de base al montaje en gran tamaño de las distintas fotografías, conforman un espacio en el que los visitantes puede utilizar a modo de "sala de estar", a través de distintos módulos compuestos por bancos y mesas de carácter irregular puestos para el uso y disfrute del visitante.



El 31 de mayo en el Salón de Actos, tuvo lugar el Seminario "Mueve tu Talento" Sobre Emprendimiento, Empleo, Motivación e Innovación. Organizado por la Escuela de Talento en colaboración con la Facultad de Comercio y Gestión, tuvo lugar el pasado día 31 de mayo y congrego a más de 300 asistentes. En estos tiempos de cambio, donde la incertidumbre de la situación laboral requiere desarrollar una capacidad de reinvención profesional, se hace imprescindible potenciar ideas, motivación, ilusión, actitud positiva, y superación, para ayudarnos a recordar nuestro potencial para cambiar las cosas. Las jornadas fueron inauguradas por Dª Marta Rueda, Delegada territorial de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía, Dª. Esther Molina Crespo, Directora General de Promoción Empresarial y del Empleo en el Ayuntamiento de Málaga, Dª Laura Chica, Organizadora del Evento y Directora de la Escuela de Talentos y Dª Francisco Cantalejo, Decano de la Facultad de Comercio y Gestión de la Universidad de Málaga.



Intervinieron: Pablo Alonso, Experto en RRHH 2.0, empleo y selección 2.0. Director RRHH de Conexión 2.0 y Coautor del libro "Mejora y gana". Conferencia: "Mejora y gana". Ximo Salas, Consultor y Formador en RRHH 2.0 y Socialmedia, Coautor del libro "Mejora y gana" Conferencia: "Mejora y gana". José Ruiz, Experto en Neuromarketing, Director de Proyectos de Goli Neuromarketing y autor del libro "Neuropymes" Conferencia: "Del negro al blanco". Rubén Turienzo, Escritor, conferenciante y formador especializado en Influencia Social, Actitud en Empresas y Política, Autor del libro "Smile" Conferencia: "Smile: Actitud positiva en un mundo hostil". Laura Chica, Psicóloga especialista en Desarrolla tu talento, y autora del libro ¿Quién eres tú? Conferencia: "¿Quién eres tú?"

Durante las diversas ponencias se han puesto de manifiesto aspectos tan importantes en la situación actual como la motivación, actitud positiva y la necesidad de diferenciarse para afrontar con éxito una situación de incertidumbre como la crisis, en la que es "necesario contar con personas innovadoras y con talento".



El miércoles 22 de mayo a las 18.30 h, en el Cine Albeniz de la Capital de Málaga, tuvo lugar las Jornadas de Innovación organizadas por el Departamento de Economía y Administración de Empresas y el Instituto Municipal para la formación y el empleo del Ayuntamiento de Málaga, dirigido los profesores Fuensanta Galindo y Jose María de la Varga. Las conferencias fueron: "La fe es un concepto rentable" Daniel Landa y José Luis Feliú Director y productor de programa "Un mundo aparte". "Por unos espacios bellos", Santiago Alfonso, Director de Márketing y Comunicación del Grupo Cosentino. "La innovación es el camino", José Luis Larrea, Presidente de Ibermática.



El día 27 de mayo tuvo lugar el Seminario-Conferencia "Branding Day || El Branding y la Marca; Desde la Estrategia al Diseño" Organizado por el Club de Marketing en colaboración con nuestra Facultad. La sesión fué impartida por Iván Díaz || Director de Estrategia de Marca y es fundador de la primera academia de branding del país, y de la primera revista profesional sobre branding (www. branzai.com). Ivan cuenta con más de 13 años de experiencia ayudando a crear y gestionar marcas internacionales, Consultor Senior de Marca en Interbrand, docente en IED, ESNE, Francisco Vitoria, ELISAVA y Universidad de Alicante. Ha ayudado a marcas como: Repsol, Grupo Mahou - San Miguel, Vodafone, Iberia, Pascual, Panrico, Borges, Ford, BBVA, Telepizza, Henkel, o Marca España entre otros. En esta jornada, a la que asistieron más de cien participantes, entre profesionales del Marketing y alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, se abordó la importancia de la marca y la estrategia de branding, se dieron algunas claves para la gestión de estos procesos y se presentaron algunos casos de éxito de esta importante línea estratégica.



Los últimos día de mayo, Motos Harley Davidson tuvieron su espacio en las aulas de la Facultad de Comercio y Gestión. El motivo fue la exposición de un trabajo de la asignatura Distribución Comercial. La Facultad ha recibido en sus instalaciones tres impresionantes modelos de motos marca Harley Davidson así como a los componentes del Chapter de Marbella del HOG (Harley Owners Club). Estos son trabajos evaluables en los que la finalidad es el análisis a fondo de todo el canal de distribución y plantear mejoras desde el punto de vista de la distribución: minoristas, mayoristas, competencia, retos de futuro, etc. Además de la presentación del trabajo sobre la marca Harley Davidson, se han analizado en estos días Sage, Endesa, Huawei, Panrico, Distribuciones Doña, Apoza, una oficina de Farmacia, Boxes y Lamborghini. El último día unos compañeros de China analizarán el Yang-Tse River desde el punto de vista del transporte fluvial algo poco conocido en España.



El 12 de junio tuvo lugar la Jornada informativa dirigida a las empresas que deseen participar en el Programa de Prácticas Curriculares para Alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Organizadas conjuntamente por la Facultad y el Club de Marketing de Málaga, se celebraron a las 19,00 horas en el Salón de Grados de la Facultad. A través del acuerdo de colaboración que nuestra Facultad mantiene con el Club de Marketing, se ha organizado una Jornada Informativa dirigida principalmente a todas las empresas asociadas al Club que puedan estar interesadas en incorporar el próximo curso académico a alumnos de último curso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Dentro del Plan de Estudios de esta titulación se recoge como materia optativa que los alumnos pueden realizar prácticas en empresas, en las que tengan la oportunidad de aplicar y complementar los conocimientos adquiridos a través de su formación académica.



La normativa en este sentido de la Universidad de Málaga ofrece la posibilidad de que las empresas puedan contar con alumnos en prácticas, incluso sin que ello suponga ningún coste para la misma, en la modalidad de prácticas curriculares, que deberán estar sujetas a un programa formativo en que el alumno realice tareas propias de la carrera que está estudiando. Para todas aquellas empresas que puedan estar interesados el Club de Marketing organiza esta jornada informativa en colaboración con el Decanato de la Facultad de Comercio y Gestión. En dicha sesión se informó sobre el proceso para la gestión de dichas prácticas y se aclararon dudas al respecto.



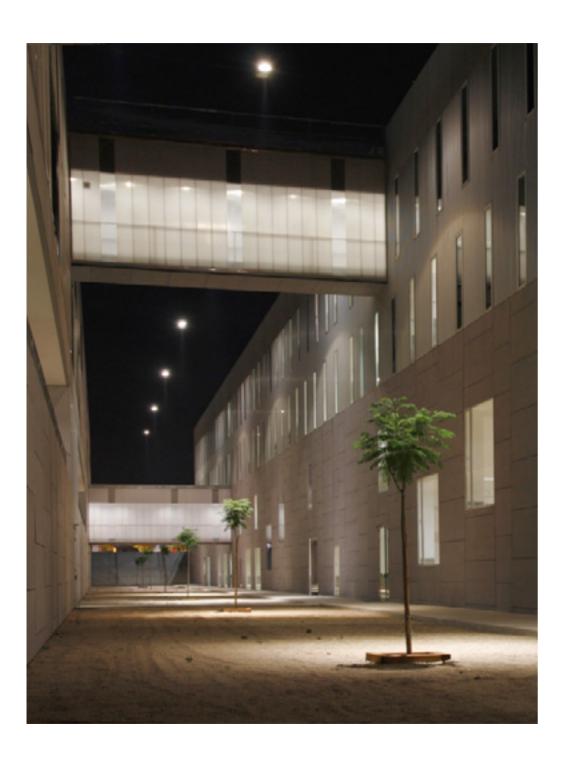
El día 18 de junio tuvo lugar la jornada "Más allá del Marketing Social" Organizado por el Club de Marketing de Málaga en Bioparc Fuengirola, a la que los alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados asistieron de manera gratuita. En colaboración con el CIT Marbella y Bioparc Fuengirola, los alumnos pudieron disfrutar de un recorrido exclusivo por Bioparc hasta llegar al desayuno de Networking donde se presentaron a todos los asistentes. La ponencia de D. José Joya (Director General de Roadmap, Finalistas del I Premio Europeo a la RSE 2013).



El 17 de junio se celebró la **Jornada Acción de Fomento de Emprendedores en la Universidad** en el Salón de Grados de la Facultad. El acto fue inaugurado por la rectora de la Universidad de Málaga, Adelaida de la Calle; el delegado del Gobierno de la Junta en Málaga, José Luis Ruiz Espejo y el director general de la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, IDEA, Antonio Valverde. Forma parte de las medidas incluidas en el Decreto Ley que el Gobierno andaluz ha aprobado para desarrollar las medidas del Plan de Choque de Empleo y forma parte de un ciclo que está recorriendo toda Andalucía la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, pone a disposición de los emprendedores un total de 125 millones de euros para apoyar a empresas y proyectos empresariales mediante incentivos financieros, servicios empresariales y dotación de infraestructuras.



Durante las jornadas se dieron a conocer los nuevos instrumentos financieros de apoyo a los emprendedores y los servicios de apoyo de la Agencia IDEA y el Servicio de Cooperación Empresarial de la UMA, y se expusieron experiencias emprendedoras de éxito. Tras la jornada se celebran reuniones entre emprendedores y técnicos de la agencia IDEA para concretar las necesidades de cada proyecto de manera personalizada.



PARA MÁS INFORMACIÓN

Facultad de Comercio y Gestión.

Edificio Complejo Estudios Sociales y Comercio Campus de Teatinos s/n (Ampliación) 29071 Málaga.

Tlf.: 951 952 099

Mail: gradomarketingmlg@uma.es **Web:** www.facultadcomercio.uma.es



/GradoMarketing



@Grado_Marketing





