

Facultad de Comercio y Gestión



Memoria anual

2010/11





ÍNDICE

PRESENTACIÓN	04-05
Francisco Cantalejo	00
ÓRGANOS DE GOBIERNO	06
Equipo Decanal	06
Junta de Centro	06
COMISIONES	07-08
Ordenación Académica	07
Doctorado o Investigación	07
Calidad	07
Convalidaciones, adaptaciones y equivalencias	07
Reconocimientos de créditos	08
ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS	09
Secretaría	09
Gestión económica	09
Conserjería	09
Aulas de informática	09
Biblioteca	09
Mantenimiento	09
MIEMBROS ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA UMA	10
Claustro de la UMA	10
Consejo de Gobierno de la UMA	10
Comisiones de Doctorado	10
Coordinadores	10
REUNIONES	10
ACUERDOS DE JUNTA DE FACULTAD O CENTRO	11-12

SERVICIOS	13-19
Biblioteca	13
Secretaría	15
Conserjería	16
Mantenimiento	18
Aulas de informática	19
VICEDECANATOS	20-26
Vicedecanato de Ordenación Académica	20
Vicedecanato de Calidad y Coordinación	21
Vicedecanato de Relaciones Internacionales	22
Vicedecanato de Alumnos	23
Vicedecanato de Infraestructura e Instalaciones	26
TÍTULOS DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN	29-30
Diplomatura en Ciencias Empresariales	29
Diplomatura en Gestión y Administración Pública	30
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	30
Grado en Gestión y Administración Pública	30
DEPARTAMENTOS Y PROFESORADO	31-34
MASTERS, EXPERTOS Y TÍTULOS PROPIOS	35-54
X Graduado en Estudios Inmobiliarios	35-37
I Master en Tasación e Intermediación Inmobiliaria	39-40
VIII Masters en Marketing de Negocios	42-44
VIII Experto en Marketing de Negocios	46-47
Cursos de Cooperación para el Desarrollo	48-54
GRADUACIONES 2010/2011	55-65
GALERÍA DE IMÁGENES DEL CURSO 2010/2011	67-123



PRESENTACIÓN

La “nueva” Facultad de Comercio y Gestión, en su denominación desde la resolución del 21 de diciembre de 2010 de la Universidad de Málaga, consolida su renovada andadura en el Complejo de Estudios Sociales y Empresariales, ubicado en la ampliación de Teatino. Pero, a pesar de la novedad, la trayectoria de los estudios que alberga son los más emblemáticos y antiguos de la Universidad de Málaga, no en vano, tendríamos que remontarnos a la Escuela de Comercio de Málaga y a sus orígenes, la constitución de la Cátedra de Comercio creada el 26 febrero de 1799.

El curso académico para la nueva Facultad de Comercio y Gestión comienza con el doble reto de implantar el Espacio Europeo de Educación Superior impulsado por la Declaración de Bolonia, y por el lanzamiento de dos nuevos títulos en la Universidad de Málaga, los Grados en Marketing e Investigación de Mercados, y en Gestión y Administración Pública. Paralelamente, se inicia el proceso de extinción de las Diplomaturas de Ciencias Empresariales y de Gestión y Administración Pública.

El 6 de octubre tuvo lugar el acto oficial de apertura del curso académico 2010-11 en la Universidad de Málaga, solemne acto que se celebró en las instalaciones de nuestro Complejo de Estudios Sociales y Empresariales.

Uno de los eventos más relevantes del curso 2010/11 ha sido la Primera Semana cultural de la Facultad, que hemos celebramos el 4 de noviembre, día de nuestro Patrón, San Carlos Borromeo. Con la colaboración de los alumnos, se desarrollaron un nutrido número de actividades, entre las que destacamos: El Seminario Universidad-Emprende'10, el Primer Concurso de fotografía: “Nuestro centro: Otro tiempo, otra mirada”, el Ciclo de conferencias: “Marketing: Un área en continua evolución” y las III Jornadas “Gestión del Capital Intelectual”.

Los convenios firmados con el Club de Marketing y con BGrupo han permitido desarrollar un gran número de actividades y conferencias dirigidas de forma muy especial a los alumnos de nuestra facultad.

Algunos ejemplos han sido la conferencia sobre Marketing Online impartida por Ouali Benmeziane, fundador del mayor Congreso de Marketing online celebrado en España y que presentó el WebCongress que se celebró en nuestra ciudad los días 30 de septiembre y 1 de octubre de 2010. El seminario titulado “Marketing de ciudades” celebrado 30 de marzo de 2011 y la conferencia titulada “El Departamento de Comunicación Interna dentro de una Multinacional, celebrada el 19 de mayo de 2011.

Como una muestra más del compromiso del centro con el emprendimiento en los jóvenes universitarios, se acogen las Jornadas organizadas por el Vicerrectorado Universidad-Empresa, la Confederación de Empresarios y la Asociación de Jóvenes Empresarios Universidad, titulada “Acercando la empresa a la universidad”.

En el capítulo de actos institucionales destacaremos especialmente dos de ellos. El primero, la imposición de la insignia de oro al profesor Dr. D. Juan Antonio Lacomba Avellán por su trayectoria profesional vinculada a la Universidad de Málaga, y en particular a este Centro. Nacido el año 1938, ejerció como catedrático de Teoría e Historia Económica hasta a su jubilación en septiembre de 2008. Presidente del Ateneo de Málaga, investigador del andalucismo histórico y de la economía regional, Juan Antonio Lacomba ha publicado numerosos obras relacionadas con la historia económica de Málaga, Andalucía y España.

En el segundo, el Concierto de Reyes, apuesta por la cultura y la juventud. Interpretada por la Joven Orquesta Provincial de Málaga, el 8 de enero de 2011, tubo lugar este Concierto en el Salón de Actos de nuestra Facultad. Dirigida magistralmente por su director, D. Ángel Luis Pérez Garrido, incorporó en la segunda parte del programa a los músicos de la Orquesta Escuela. El concierto contó con la asistencia de representantes de la ciudad de Málaga y su Universidad y su programa estuvo plagado de momentos emocionantes.

ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

Equipo decanal

Decano

Don Francisco Cantalejo García

Secretaria Académica

Doña Eugenia M^a Cruces Pastor

Vicedecana de Ordenación Académica

Doña Rosario Cenizo Rodríguez

Vicedecana de Calidad y Coordinación

Doña Eva M^a González Robles

Vicedecano de Relaciones Internacionales

Don Salvador Molina Ruiz

Vicedecana de Alumnos

Doña María del Mar Muñoz Martos

Vicedecano de infraestructura e Instalaciones

Don Benjamín del Alcázar Martínez

Junta de Centro

Personal Docente e Investigador

Profesorado con vinculación permanente

Don Benjamín Del Alcázar Martínez

Don Antonio Antúnez Torres

Doña M^a Concepción Campos Luque

Don Francisco Cantalejo García

Don Antonio Casquero Tomás

Doña M^a Rosario Cenizo Rodríguez

Doña Eugenia M^a Cruces Pastor

Doña M^a Esther Cruces Pastor

Don Ignacio Cruz Padial

Don Miguel Gallego Pascual

Doña Josefa García Mestanza

Don Francisco González Gomila

Doña Eva M^a González Robles

Don Francisco Grana López

Don Alberto López Toro

Don Salvador Molina Ruiz

Doña Ana M^a Montiel Torres

Don Francisco Moreno Lorente

Doña M^a Del Mar Muñoz Martos

Don Francisco Ruiz De La Rúa

Don Eduardo Trigo Martínez

Profesorado sin vinculación permanente

Don José J. Guijarro Hernández

Administración y servicios

Doña Antonia M^a Cervantes Galindo

Doña Luisa Cordero Carreras

Doña M^a Carmen Maza Ciordia

Estudiantes

Don Rafael Macías Valadez

Doña Cristina Soler Moreno

Doña Alexandra López Rodríguez

Don Javier León López

Don José Miguel Muriel Martín

Don Alejandro De Andrés Sánchez

Don Eduardo Matías San José

Doña Paola Casales Ruiz

COMISIONES

Ordenación académica

Don Francisco Cantalejo García

Doña Rosario Cenizo Rodríguez

Doña Trinidad Gómez Núñez

Doña Josefa García Mestanza

Don Rafael Becerra Vicario

Doña M^a Antonia Cervantes Galindo

Don José Antonio Rodríguez Cabello

Don Alfredo Belmonte Ramos

Doña M^a Jesús Ruiz Gutierrez

Comisión de calidad

Don Francisco Cantalejo García

Doña Eva M^a González Robles

Doña Josefa García Mestanza

Don Francisco Ruiz De La Rúa

Doña Antonia M^a Cervantes Galindo

Doña Ana Gordillo García

Convalidaciones, adaptaciones y equivalencias

Diplomatura Empresariales

Doña Amparo Bentabol Manzanares

Doña Rosario Cenizo Rodríguez

Don Ignacio Cruz Padial

Doña M^a Esther Cruces Pastor

Doña Lucía Martín Rivera

Don Juan Carlos Pérez García

Don Antonio Antúnez Torres

Don Carlos José Rivas Sánchez

Don Francisco Moreno Lorente

Doña Eva González Robles

Doña Eugenia M^a Cruces Pastor

Doña María Dolores Benítez Márquez

Don Jean Paul Lerea

Don Rafael Becerra Vicario

Don Manuel Fernández Bertoa

Don Ángel Torrico González

Doña Elena Ruiz Romero De La Cruz

Don José Francisco Grana López

Diplomatura de Gestión y Administración Pública

Don Rafael Caparrós Valderrama

Doña Elena García Rico

Doña María José Valencia Quintero

Doña Rosario Cenizo Rodríguez

Don Javier Trujillo Pérez

Don José Fernando Troyano Pérez

Don Francisco Vila Tierno

Doña Belén Bahía Almansa

Doña Mercedes Cordones Ramírez

Don Emilio Lecuona Prats

Doña María Luisa Gómez Jiménez

Don Jesús Sánchez Fernández

Don Sebastián Morales Gallego

Don Jesús Salvador Gómez Sala

Don José Antonio Jiménez Quintero

Doña María Dolores Gutiérrez Navas

Don José Pino Díaz

Don Manuel Fernández Bertoa

Don Antonio J. Morales Siles

Reconocimientos de créditos

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Doña Eva M^a González Robles

Doña Concepción Campos Luque

Don José Francisco Grana López

Doña Rosario Cenizo Rodríguez

Don Ángel Torrico González

Doña Rocío Caña Palma

Doña Eugenia M^a Cruces Pastor

Don Francisco Moreno Lorente

Don Rafael Becerra Vicario (PD)

Doña M^a Cruz Mayorga Toledano

Doña Rocío Caña Palma

Don José Luis Sánchez Ollero

Don Antonio González Hernández

Don Marcial García López

Don Antonio González Hernández

Grado en Gestión y Administración Pública

Don José Francisco Grana López

Don Rosario Cenizo Rodríguez

Don Rafael Durán Muñoz

Doña M^a José Valencia Quintero

Doña M^a Dolores Sarrión Gavilán

Don Antonio Javier Trujillo Pérez

Don Manuel Fernández Bertoa

Don Alberto Ruiz Ojeda

Don José Fernando Troyano Pérez

Don Carlos José Rivas Sánchez

Don Alberto López Toro

Don Ana Almansa Martínez

Don José Pino Díaz

Don Belén Bahía Almansa

Don Ángel Torrico González

Don José Luis Sánchez Ollero

Don Elena Del Mar García Rico

Don Emilio Lecuona Prats

Don Antonio García Lizana

Don José Fco. Grana López

Doña Paz Romero Pardo

ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Secretaría

Jefa de Secretaría

Doña M^a Antonia Cervantes Galindo

Puesto Base

Doña Araceli Yelamos Peláez

Doña Ana M^a Gordillo García

Doña Mercedes Vega Moreno

Doña Mónica García Jiménez

Doña Marina Rodríguez Ferrer

Don Juan José Cintas Gallardo

Gestión económica

Don Juan García Fernández

Conserjería

Encargada de Equipo

Doña Luisa Cordero Carreras

Técnicos auxiliares de servicios de Conserjería

Doña Antonia Carmona Albañil

Doña Socorro Figueroa Velasco

Don Nicolás González Román

Doña M^a del Carmen Maza Ciordia

Don Francisco Javier Mérida Martín

Don Francisco Antonio Ollero Puche

Aulas de informática

Don Eusebio López Ríos

Don Ricardo Aguilar Sepúlveda

Biblioteca

Directora

Doña Clara Isabel Pérez Zalama

Ayudante de Biblioteca

Doña Sonia Hernández Jiménez

Adquisiciones

Don Germán García Carrera

Personal de atención al público

Don Ramón Aranda Quintana

Don Cándido Ayala Moscoso

Doña Purificación Fernández-Santaella Santiago

Don Eduvigis Jiménez Ortigosa

Doña Margarita Redondo Redondo

Mantenimiento

Don Alberto González Motilla

MIEMBROS EN LOS ÓRGANOS DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Claustro de la UMA

Profesores:

Don Francisco Cantalejo García

Doña Rosario Cenizo Rodríguez

Doña Francisca De Miguel García

Don Francisco Moreno Lorente

Consejo de Gobierno

Don Francisco Cantalejo García

Comisión de Doctorado

Doña Francisca Miguel García

Coordinadores

Erasmus

Don Salvador Molina Ruiz

Movilidad para la cooperación para el Desarrollo

Don Alberto A. López Toro (31 de enero de 2011 el nombramiento)

REUNIONES

Junta de Centro

Sesión del 11 de noviembre de 2010

Sesión del 14 de diciembre de 2010

Sesión del 31 de marzo de 2011

Sesión del 6 de julio de 2011

COA

Reunión ordinaria 30 de marzo de 2011

Reunión ordinaria 1 de julio de 2011

Convalidaciones, Adaptaciones y Equivalencias

Reunión 29 de noviembre de 2011

Consejo de Gobierno

Sesión del 22 de octubre de 2010

Sesión del 1 de diciembre de 2010

Sesión del 20 de diciembre de 2010

Sesión del 21 de febrero de 2011

Sesión del 8 de marzo de 2011

Sesión del 3 de mayo de 2011

Sesión del 23 de mayo de 2011

Sesión del 23 de junio de 2011

Sesión del 21 de julio de 2011

Claustro

14 de diciembre de 2010

15 de junio de 2011

Garantía de la Calidad

Reunión 20 de septiembre de 2010.

Reunión 15 de diciembre de 2010.

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 10 de noviembre de 2010 a las 11:00 horas en primera convocatoria y 11:30 horas en segunda, en la Sala de Juntas de esta Facultad, con el siguiente orden del día:

1. Modificación del reglamento de elección de representantes en COA.

Acuerdos:

1. Se aceptan las modificaciones al reglamento.

Resumen de los acuerdos de Junta de Centro Acta de la Junta de Centro de la Facultad de Comercio y Gestión, celebrada en sesión ordinaria el día 14 de diciembre de 2010 a las 12:00 horas en primera convocatoria y 12:30 horas en segunda, en la Sala de Juntas de esta Escuela, con el siguiente orden del día:

- Lectura y aprobación de las actas de las sesiones anteriores.
- Aprobación del Plan Específico de Actuación del Centro en la gestión y revisión de la orientación e inserción profesional de los alumnos de grado de primer curso (PC10).
- Elección de alumno para la Comisión de Reconocimiento.
- Propuesta de Título Propio.
- Reclamación del Departamento de Derecho Civil, Derecho Eclesiástico del Estado y Derecho Romano.
- Asuntos de trámite.
- Imposición del escudo de oro de este Centro al profesor Dr. D. Juan Antonio Lacomba Avellán.
- Ruegos y preguntas.

Acuerdos:

1. Se aprueba el Plan Específico de Actuación del Centro en la gestión y revisión de la orientación e inserción profesional de los alumnos de grado de primer curso (PC10).
2. Se elige a la alumna Doña Paola Casales Ruiz para la Comisión de Reconocimiento.
3. Se aprueba el título propio a impartir en el Centro:
 - Master en Intermediación y Valoración Inmobiliaria.
4. Respecto a la reclamación del Departamento de Derecho Civil, Derecho Eclesiástico del Estado y Derecho Romano, el director Don Antonio Ortega Carrillo de Albornoz, ha presentado un escrito desistiendo de la misma.

Resumen de los Acuerdos de Junta de Centro Acta de la Junta de Centro de la Facultad de Comercio y Gestión, celebrada en sesión ordinaria el día 31 de marzo de 2011 a las 10:00 horas en primera convocatoria y 10:30 horas en segunda, en la Sala de Juntas de esta Facultad, con el siguiente orden del día:

- Lectura y aprobación del acta de la sesión anterior.
- Informe del Decano.
- Propuesta de cambio de nombre del Complejo de Estudios Sociales y Empresariales.
- Programación Docente Curso Académico 2011/2012.
- Oferta de plazas para el próximo Curso Académico.
- Aprobación, si procede, de la liquidación de gastos del ejercicio 2010.
- Aprobación, si procede, del presupuesto del ejercicio 2011.
- Sistema de Garantía de Calidad.
- Sistema de Control de Asistencia del profesorado.
- Asuntos de trámite.
- Ruegos y preguntas.

Acuerdos: Se aprueban

1. El cambio de nombre del Complejo de Estudios Sociales y Empresariales por el de Complejo de Estudios Sociales y de Comercio.
2. La Programación Docente Curso Académico 2011.
3. Ofertar 300 plazas para el Grado en Marketing e Investigación de Mercados y 75 plazas para el Grado de Administración Pública.
4. La liquidación de gastos del ejercicio 2010.
5. El presupuesto del ejercicio 2011.
6. La memoria de Garantía de Calidad.
7. Un Sistema de Control de Asistencia del profesorado.

Resumen de los Acuerdos de la Junta de Centro de la Facultad de Comercio y Gestión, celebrada en sesión ordinaria el día 6 de julio de 2011 a las 10:00 horas en primera convocatoria y 10:30 horas en segunda, en la Sala de Juntas de esta Facultad, con el siguiente orden del día:

- Lectura y aprobación del acta de la sesión anterior.
- Informe del Decano.
- Programación Docente Curso Académico 2011/2012.
- Aprobación, si procede, de los criterios de admisión de estudiantes (traslado de expediente).
- Asuntos de trámite.
- Ruegos y preguntas.

Se aprueban:

1. La Programación Docente Curso Académico 2011.
2. Los criterios de admisión de estudiantes (traslado de expediente).

SERVICIOS

Biblioteca

La biblioteca del Centro es compartida con la Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo. Este año se ha realizado una ampliación de los títulos relativos a los nuevos Grados en Marketing e Investigación de Mercados y Gestión y Administración Pública. La bibliografía recomendada para los nuevos grados y las diplomaturas a extinguir se encuentra disponible a través de la web.

La Hemeroteca cuenta con títulos en papel y en formato electrónico. Siguiendo la política de la Biblioteca de la Universidad y para evitar duplicar títulos, no se han suscritos aquellos que ya están en otras bibliotecas como las de Económicas o Derecho, o están disponibles en línea. Entre las bases de datos más consultadas destacan Literatura on line con 43.000 búsquedas y Web of Science con 34.203. En los paquetes de publicaciones electrónicas el mayor número de accesos es para Science Direct con 44.100, seguido del CSIC con 41.298. En el caso de las colecciones de libros electrónicos, E-libros tiene el mayor número de accesos a textos completos.

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

Colección bibliográficas

Monografías: 37.509

Revistas: nº total de títulos 521

Títulos suscritos: 153

Colecciones cerradas: 368

Servicios al usuarios

Préstamo domiciliario

- Prestamos por curso: 26.679
- Renovaciones por curso: 532
- Reservas por curso: 94

Préstamo intercampus

- Libros pedidos a otras bibliotecas: 20
- Libros que otras bibliotecas nos han solicitado: 17

Préstamo interbibliotecario

- Documentos pedidos: 12
- Documentos servidos: 4

Formación de usuarios

- Jornadas de bienvenida al alumnado de primer curso. Se han ofrecido a lo largo del curso mediante carteles en diversos puntos del complejo.
- 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.
- 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 217 días
- Horas semanales (44 horas semanales)

Instalaciones y equipamiento

- Instalaciones: 1.930,75 m² útiles
- Salas de trabajo en grupo: 7 salas.
- Sala de audiovisuales: 1 sala
- Puntos de atención al usuario: 2
- Puestos de lectura: 511 distribuidos en tres plantas
- Equipos informáticos:
 - Ordenadores de sobremesa: 27 públicos y 2 OPAC
 - Portátiles para préstamos: 14
 - Proyector: 1 con dos pantallas
 - Equipo reproductor de sonido: 1
 - Equipo reproductor de video: 1
- Fotocopiadoras: 1 dependiente de Copycentro

Resultados de la gestión

En relación al Plan Operativo Anual (POA) la biblioteca cumple con los objetivos y participa activamente en la consecución de la mejora continua de la calidad.

Secretaría

La secretaría presta apoyo técnico al Equipo de Gobierno de la Facultad de Comercio y Gestión, realizando todas las 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.

Curso 2010/11	DE	DGAP	GMK	GGAP	Total
Alumnos matriculados:	1.737	242	357	68	2.404
Alumnos con anulación total de matrícula:	58	5	44	21	128
Alumnos matriculados con adaptación de plan de estudios:	5	--	80	4	89
Alumnos matriculados con convalidaciones:	92	12	73	6	183
Alumnos matriculados con equivalencias de créditos:	503	53			556
Alumnos matriculados con traslados de entradas:	23	--	83	17	123

Datos generales del curso académico 2010/11

Conserjería

La conserjería se constituye como un servicio de información, orientación y apoyo a los usuarios del centro, atendiendo directamente o canalizando las necesidades de los mismos a otros servicios, siendo la primera imagen de la Universidad. Además, su contribución es fundamental para el normal desarrollo de las actividades del centro, en especial el soporte a la docencia, realizando:

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

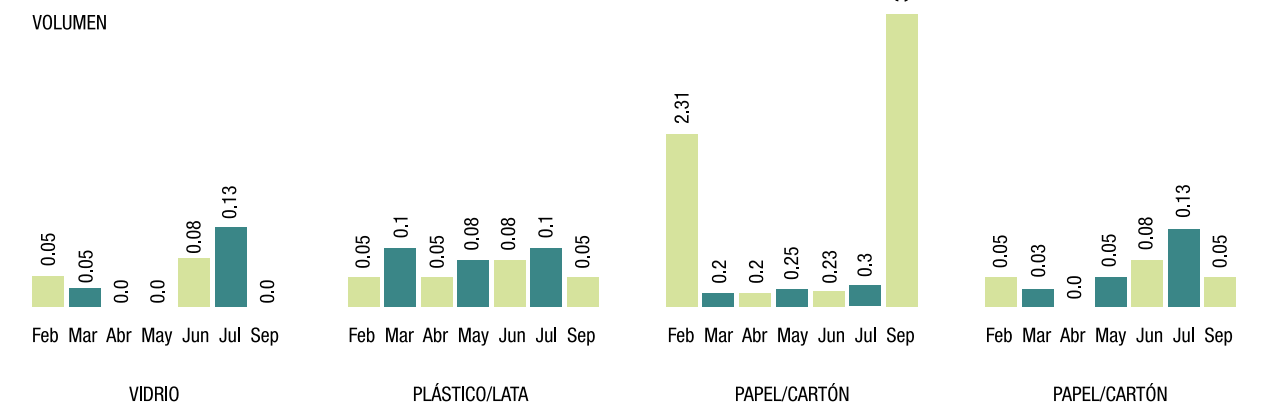


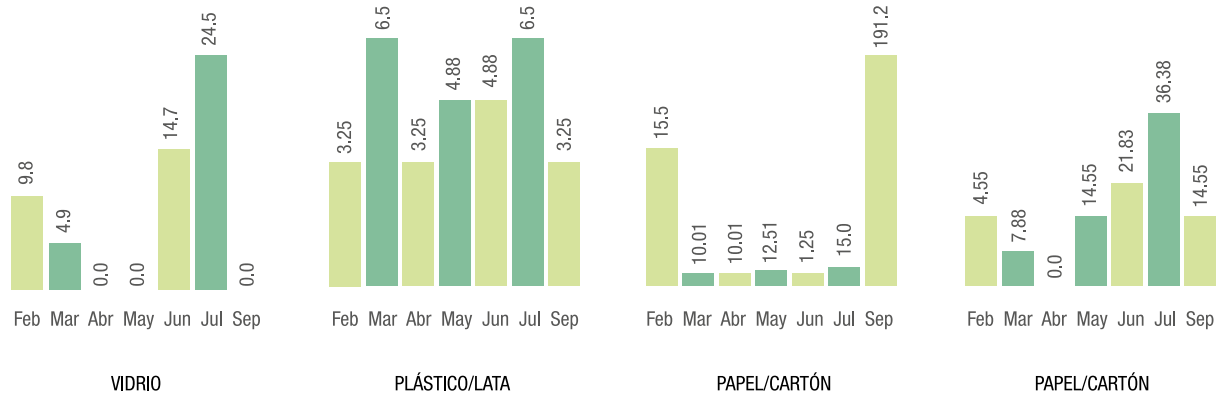
Figura 3.
Proceso clave de la conserjería.

Los servicios prestados durante el curso académico 2010/11 han 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: 1.304
 - Duplicados de llaves: 103
- Recepción y custodia de los objetos perdidos:
 - Objetos perdidos recibidos: 535
 - Objetos perdidos devueltos: 308
- Reservas y preparación de aulas para la docencia
 - Reservas y preparación de espacios para actos
 - Salón de actos: 14
 - Salón de grados: 10
 - Aulas: 435
 - Hall: 20
 - Otros: 7
- Partes tramitados al servicio de mantenimiento: 463

Por otra parte, la conserjería del centro es un punto de reciclaje de la Universidad de Málaga y colabora con el vicerrectorado de Campus y Sostenibilidad en el reciclaje y recogida de residuos urbanos. En la gráfica se observa la recogida por meses, material y por volumen y peso. Y en la tabla un resumen del mismo.





Unidad de medida/material	Vidrio	Plástico/lata	Papel/cartón	Orgánica	Total
Volumen (m3)	0,29	0,59	8,02	0,44	9,34
Peso (Kg)	53,9	32,51	250,45	99,14	436

Tabla 1. Material recogido durante el curso 2010/11 por volumen y peso.

Durante el curso 2010/11 y según los datos de los que se dispone, desde febrero de 2011, se han recogido 9,34 m3 de residuos, unos 436 kilogramos de peso.

Mantenimiento

El servicio de mantenimiento constituye un apoyo importante al normal desarrollo de las actividades del centro. Durante el curso académico 2010/11 el total de partes recibidos y realizados por el servicio han sido 864.

Desde la apertura del centro han sido innumerables los trabajos realizados para reparar las anomalías detectadas en las nuevas infraestructuras y equipos, así como las instalaciones de otras nuevas de apoyo a la docencia. Entre estos trabajos realizados podemos destacar:

- La electrificación de las mesas de las 4 aulas de informática y la modificación del cuadro eléctrico para un total de 240 ordenadores.
- La electrificación de la mesa de lectura de las 3 plantas de Biblioteca con 4/6 enchufes por mesa para el uso del alumnado.
- La electrificación de todas las mesas del aula 2.19 y la instalación de un cuadro eléctrico independiente para el uso de los ordenadores instalados.
- Numerosas modificaciones y reparaciones de tipo eléctricas, frigoríficas e hidráulica en el sistema de climatización de todo el edificio, tanto en la zona de producción, como en las de distribución y entrega.

Aulas de informática

Las aulas de informática constituyen un servicio de apoyo a la docencia y la investigación ofrecido por el Servicio de Enseñanza Virtual y Laboratorios Tecnológicos y que tiene como eje principal la aplicación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones a las enseñanzas universitarias. Para ello facilita a los alumnos el acceso a materiales docentes, apoyando 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 de la Universidad de Málaga, 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. Información que puede consultarse 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.

Acorde con su compromiso, los servicios prestados durante el curso académico 2010/11 han sido:

- La impartición de 52 asignaturas regladas.
- 2.860 horas en libre acceso para su uso por los estudiantes.
- Servicio a 3.318 estudiantes.
- 523 acciones de consulta y asesoramiento de los técnicos.
- Número de equipos informáticos gestionados: 280 equipos informáticos.

VICEDECANATOS

A continuación se describen los principales objetivos y funciones de los decanatos de la Facultad, así como se destacan las actividades más importantes desarrolladas durante el curso académico 2010/2011.

Vicedecanato de Ordenación Académica

Doña Rosario Cenizo Rodríguez

El objetivo es organizar las actividades docentes de la Facultad de Comercio y Gestión con sus dos nuevos grados y sus dos diplomaturas en extinción. Entre las principales funciones se encuentra la programación docente anual y el calendario de exámenes.

- La asignación de aulas para actividades docentes.
- Adaptaciones de horarios y reasignación de aulas durante el desarrollo del curso académico.
- Confección del calendario de exámenes extraordinarios del curso académico 2010/2011 e incorporación del mismo a la aplicación PROA.
- Información al Claustro de Profesores del desarrollo de los nuevos grados, de sus repercusiones en lo relativo a la dedicación docente y a la organización temporal de las asignaturas.
- Participación como miembro de la Comisión de Ordenación Académica de la Facultad de Comercio y Gestión en las sesiones programadas durante el curso 2010/11.
- Participación como miembro de la Comisión de Ordenación Académica y Profesorado de la Universidad de Málaga en las sesiones programadas durante el curso 2010/11.
- Participación como miembro de la Comisión de Convalidaciones, Adaptaciones y Equivalencia en la resolución de las solicitudes de Evaluación Extraordinaria de alumnos correspondiente a la convocatoria de junio y septiembre de 2.010.
- Diseño y aprobación en Junta de Facultad de la oferta académica para el curso 2011/12.
- Incorporación a la aplicación PROA de la oferta de asignaturas y de los grupos docentes en cada una de ellas (30 de marzo al 5 de abril).
- Confección de la propuesta de horarios para el curso 2011/2012.
- Incorporación en la aplicación PROA de los horarios y de las aulas asignadas a las asignaturas de las titulaciones que se imparten en el centro para el curso 2011/12 (18 al 30 de mayo).
- Confección y aprobación en Junta de Facultad del calendario docente para el curso 2011/12.
- 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.
- Confección e incorporación a la aplicación PROA del calendario de exámenes ordinarios del curso académico 2011/2012.

Vicedecanato de Calidad y Coordinación

Doña Eva M^a González Robles

El objetivo es el desarrollo de la calidad en la Facultad de Comercio y Gestión y su función principal durante el curso académico 2010/11 ha sido la implantación del Sistema de Garantía de la Calidad (SGC) y el desarrollo de la calidad.

La Facultad de Comercio y Gestión desde marzo de 2010 tiene la evaluación positiva de la ANECA de su Sistema de Garantía de la Calidad (SGC), elaborado en el transcurso del año 2009, en coordinación con el Vicerrectorado de Calidad, Planificación Estratégica y Responsabilidad Social de la Universidad de Málaga.

Las principales actividades desarrolladas han consistido en dar difusión al SGC entre el profesorado, personal de administración y servicios y alumnado, para tratar de conseguir una implicación activa de estos grupos. Para ello, se constituyó la Comisión de Garantía de Calidad (CGC), cuya primera reunión fue el 13 de abril de 2010. Dicha Comisión ha valorado la nueva página Web del centro, apoyando la difusión y conocimiento de la implantación del SGC.

Asimismo, la CGC se reunió el 15 de diciembre de 2010 con el objetivo de evaluar el año en curso y elaborar la memoria de resultados del SGC. Del Análisis de los resultados relativos a la Diplomatura de Ciencias Empresariales se desprende:

1. **La tasa de graduación** es bastante baja, estando muy por debajo tanto de la media general de la Universidad como la de la rama a la que pertenece nuestra titulación (2009/10).
2. **El alumnado que finaliza sus estudios** en el tiempo previsto es muy reducido, y la duración media de los estudios es de 6 años. Este hecho tiene su origen en un porcentaje elevado de alumnado que compagina trabajo y estudios, unido a que aproximadamente la mitad de las plazas de nuevo ingreso en la Diplomatura de Ciencias Empresariales se han venido cubriendo en la convocatoria de septiembre, no siendo la opción principal elegida

Indicador	Datos Generales	Rama CC. SS. Y JJ.	Dip. CC. EE.
Tasa de Graduación	31.48%	35.35%	11%
Tasa de Abandono	19.20%	17.71%	24.79%
Tasa de Eficiencia	76,88%	77.48%	64.57%
Tasa de Rendimiento	62.51%	65.52%	46.42%
Tasa de Éxito	71.34%	71.57%	60.18%

Tabla 3. Principales indicadores analizados y comparados en la Diplomatura de Empresariales (2009/10).

por el alumnado. Este hecho justificaría también la elevada tasa de abandono, superando en 7 puntos la tasa de abandono de la rama de CC. Jurídicas y Sociales.

3. **Las tasas de eficiencia, rendimiento y éxito** también se encuentran muy por debajo de la media general y de la rama de conocimiento (ver tabla 3).

Las Acciones de mejora que se proponen son las siguientes:

- Mejorar la difusión entre los distintos colectivos del SGC.
- Mejorar los canales de comunicación con el PDI, PAS, alumnado y la sociedad en general.
- Tratar de captar un alumnado con una mayor vocación hacia los estudios ofertados.

Los Objetivos de calidad para el próximo curso 2011/12 son los siguientes:

- Informar al PDI, al PAS y a los estudiantes del SGC del Centro.
- Implantar el SGC del Centro.
- Evaluar la eficacia de los indicadores como detectores del funcionamiento del Centro.
- Contribuir a la mejora de los Índices de Calidad del Centro.

Vicedecanato de Relaciones Externas

Don Salvador Molina Ruiz

Su objetivo es promover la movilidad internacional de los alumnos de la Facultad de Comercio y Gestión. Entre sus funciones principales se destacan la difusión y coordinación de los programas de movilidad de la Universidad de Málaga y el asesoramiento y apoyo a los alumnos.

Entre las actividades más significativas se encuentran los programas de movilidad que esta Facultad tiene suscritos, entre los que se encuentran:

- Programa de Movilidad de Erasmus.
- Programa SICUE.
- Programa de movilidad con Iberoamérica.
- Programa ISEP.
- Programa Erasmus Mundus External Cooperation Window con Asia.

Coordinación de movilidad para la cooperación al desarrollo. Desde enero de 2011 y en dependencia de este decanato, se nombró a Don Alberto A. López Toro como coordinador de movilidad. Su objetivo es coordinar y difundir las acciones de cooperación al desarrollo que se promueven desde el Vicerrectorado de Relaciones Internacionales y Cooperación y promover acciones de Educación para el Desarrollo en la Facultad.

Durante el curso académico 2010/11 se han mantenido reuniones con el Vicedecanato de Relaciones Internacionales y los coordinadores de movilidad de los todos los centros de la Universidad de Málaga para informar de las actividades y programas de cooperación para el desarrollo que se desarrollarán desde este Vicerrectorado.

Así mismo, se han coordinado e impartido cursos de Cooperación al Desarrollo dirigidos a los alumnos del centro, pero también a toda la universidad y la sociedad malagueña en general, destinados a promover, sensibilizar y formar en cooperación al desarrollo y a formar a los alumnos que participan en el programa de Voluntariado Internacional de la Universidad de Málaga.

Vicedecanato de Alumnos

Doña María del Mar Muñoz Martos

El objetivo de este vicedecanato es el apoyo y asistencia al alumnado de la Facultad de Comercio y Gestión. Para ello se han desarrollado durante el curso académico un gran número de eventos y actividades cuyo público objetivo han sido los alumnos de la Facultad. Entre otras, destacamos las siguientes actividades:

Elaboración de la Guía del estudiante 2010/11, disponible en Conserjería para los alumnos matriculados en nuestras titulaciones. En ella se encuentra información básica del centro (conserjería, secretaría, decanato, biblioteca...), planes de estudio, horarios, calendario académico, normativa, etc. Recoge información de servicios y actividades de nuestra universidad. Además, la guía viene acompañada de un CD con los programas de las asignaturas de todas las titulaciones que se imparten en nuestra facultad.

Acto de bienvenida a los estudiantes: En la primera semana de clases, el decano y su equipo visitan las aulas de primer curso de los Grados en Marketing en Investigación de Mercados y Gestión y Administración Pública. El decano da la bienvenida a los nuevos estudiantes y les informa sobre el funcionamiento general del centro. Se entrega a los estudiantes un díptico con información de interés.

Primera Semana cultural de la Facultad, que coincide con la celebración del día del patrón del Centro, San Carlos Borromeo. Se realizó con la colaboración de un grupo de estudiantes que, de forma voluntaria, ayudaron en las tareas de organización, control de asistencia, elaboración de los certificados de participación, atención a los ponentes y preparación de stands. Las actividades desarrolladas fueron:

- Ciclo de conferencias “Marketing: Un área en continua evolución” el 2 de noviembre de 2010, con el apoyo de Benjamín del Alcázar.
- Seminario Universidad-Emprende’10, organizado por el Vicerrectorado de Relaciones Universidad-Empresa y la Confederación de Empresarios de Málaga, se desarrolla durante los días 3 y 4 de Noviembre. Además del ciclo de conferencias relacionadas con el fomento de la cultura emprendedora y la creación y gestión de empresas, se instaló un



stand con aplicaciones informáticas multimedia interactivas, y un punto de información sobre gestión de empresas.

- III Jornadas “Gestión del Capital Intelectual: la innovación de los intangibles” (días 9 y 10 de Noviembre), organizadas por los profesores de la Facultad Fuensanta Galindo Reyes y José M^a de la Varga. Este ciclo de conferencias contó con la asistencia de más de 300 alumnos. Las charlas versaron sobre la importancia de la innovación y del valor de los intangibles dentro de las organizaciones.
- Concurso de fotografía: “Nuestra Facultad: Otro tiempo, otra mirada” Dirigido a Alumnos, PAS y PDI de la Facultad de Comercio y Gestión. La ganadora de este concurso fue la alumna Adelina Moreno González. La entrega de premios se realizó el día 24 de noviembre.

Coordinación de las jornadas “Universitarios por una Economía más Justa”, celebradas el 17 y 18 de Noviembre en nuestra facultad, organizadas por Economistas sin Fronteras, la Facultad de Comercio y Gestión y el profesor Alberto A. López Toro. Se abordaron temas como la Responsabilidad Social Corporativa, la globalización y el consumo responsable, y los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Además, se proyectaron las películas Sicko y Memorias del Saqueo.

Las jornadas Comprometidos, celebradas los días 14, 15, 21 y 22 de marzo, organizadas por la Facultad de Comercio y Gestión y la ONG Médicos sin Fronteras (MSF). En ella se mostró qué es MSF y la atención de esta ONG en conflictos armados. También se explicó cómo se financia MSF y se habló de las Campañas de Marketing y Sensibilización. Para terminar se hablaron de las Enfermedades Olvidadas, y de MSF en las emergencias, con experiencias personales de algunos miembros de MSF en misiones.

Participación en Destino UMA, Jornadas de Puertas Abiertas que se desarrolló durante los días 6, 7 y 8 de abril de 2011 en el Complejo Deportivo de la Universidad de Málaga, Campus de Teatinos. En el stand de la Facultad han colaborado catorce alumnos del centro, donde informaban a alumnos de bachillerato que mostraban interés por los Grados en Marketing e Investigación de Mercados y Gestión y Administración Pública y por el resto de títulos que se imparten en el centro (Graduado en Estudios Inmobiliarios y los títulos de Experto y Master). También se realizaron visitas guiadas y charlas informativas.

Jornadas “Acercando la empresa a la universidad” comenzarán el día 27 de abril en el Salón de actos de la Facultad, organizadas por el Vicerrectorado Universidad-Empresa, la Confederación de Empresarios y la Asociación de Jóvenes Empresarios. Intervendrán empresarios malagueños de distintos sectores económicos, para contar sus experiencias empresariales. Los alumnos de la Facultad de Comercio y Gestión que acreditaron, mediante diploma, la asistencia a estas jornadas obtuvieron un crédito de libre configuración.

Sesión informativa del Grado en Marketing, el 23 de junio, en el Salón de Grados la Facultad de Comercio y Gestión, por segundo año consecutivo. El objetivo principal es ofrecer una mayor información, y poder resolver las dudas que puedan tener los estudiantes que de-

seen cursar el Grado en Marketing e Investigación de Mercados, especialmente en el acceso a la universidad (formas de acceso, preinscripción, etc.) y en los contenidos, metodología, salidas profesionales y demás particulares del grado en Marketing.

Acto de graduación de la XXXVII promoción de la Diplomatura en Ciencias Empresariales y la XIV promoción de la Diplomatura en Gestión y Administración Pública se celebró el 1 de julio de 2011, en el salón de actos del Complejo de Estudios Sociales y Empresariales acogió el pasado viernes. El acto fue presidido por Dña. Ana María Sánchez Tejeda, Vicerrectora de Relaciones Universidad-Empresa. En dicho acto intervinieron también la Vicedecana de Ordenación Académica, Dña. Rosario Cenizo, y las alumnas Dña. Desirée Rodríguez Domínguez y Dña. Noelia Cabrera Castro.

Vicedecano de Infraestructura e Instalaciones

Don Benjamín del Alcázar Martínez

El objetivo es velar por el mantenimiento y desarrollo de las infraestructuras del Centro, así como la gestión económico-financiera de la Facultad. En cuanto a gestión, las principales actividades son las relacionadas con la elaboración y control del presupuesto y la tramitación de compras y pagos del centro. Por otra parte, un gran número de las actividades desarrolladas se han centrado en la culminación del traslado y puesta en marcha del nuevo edificio en Teatinos, en concreto:

- Dotación mobiliario en aulas, despachos, zonas comunes,...
- Dotación del equipamiento audiovisual.
- Instalación y mantenimiento de los ordenadores en todas las aulas
- Decoración y equipamiento del Salón de Grados y Salón de Actos
- Jardinería exterior e interior
- Rotulación exterior del edificio
- Salas de trabajo en grupo en biblioteca
- Puesta en marcha de la red wifi en todo el edificio, llevado a cabo por el Servicio Central de Informática de la UMA.
- Acondicionamiento del aparcamiento exterior
- Instalación de medios audiovisuales en 2 aulas de estudio para uso esporádico de clases
- Adecuación de espacios para personal de seguridad y limpieza

Así mismo, desde este decanato se han impulsado y desarrollado otras actividades como:

- El desarrollo y mantenimiento de la nueva **Web de la Facultad de Comercio y Gestión.**
- El desarrollo y mantenimiento de la **Web específica del Grado en Marketing.**



- El diseño y desarrollo de campañas de promoción del Grado de Marketing en las **redes sociales**, mediante cuentas en tuenti, facebook y Twister.
- La coordinación de la **cesión de espacios** a ONG,s, Cruz Roja, y otras instituciones y empresas para exposiciones, exámenes de selectividad, procesos de captación de becarios, etc...

- **Firmas de Convenios de colaboración:**

Convenio marco de colaboración con BGrupo para la realización de actividades conjuntas, especialmente orientadas a los alumnos y futuros titulados de la Facultad de Comercio y Gestión. El convenio marco recoge la ejecución de proyectos y programas conjuntos de investigación, el desarrollo de actividades formativas relacionadas con el sector empresarial en todas sus ramas, entre las que destacan la organización de seminarios y conferencias sobre marketing y habilidades directivas y de comunicación, la organización de una feria de empleo o la colaboración en el desarrollo de programas de postgrado, entre otras.

Convenio marco de colaboración con el Club de marketing, firmado por la rectora y el presidente del Club de Marketing, para la ejecución de proyectos y programas conjuntos de investigación, el desarrollo de actividades formativas relacionadas con el sector empresarial y de marketing en todas sus ramas, a través de seminarios, conferencias, mesas redondas y similares y fomentará la realización de un programa de prácticas en empresas para los estudiantes del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Asimismo, el convenio fomentará el intercambio de información y documentación sobre las actividades y materias que desarrollen ambas instituciones; así como la posibilidad de asociarse en el desarrollo de proyectos comunitarios, nacionales o regionales.

- **Visitas divulgativas a colegios** para la promoción de los estudios impartidos en la Facultad de Comercio y Gestión.

TÍTULOS DE FACULTAD

En el curso 2010/11 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 2.404 alumnos matriculados, distribuidos de la siguiente forma:

- **Diplomatura en Ciencias Empresariales: 2º y 3º presencial**, con 1.737 alumnos.

Curso	Hombres	Mujeres	Total alumnos
1º	27	21	48
2º	293	370	663
3º	436	590	1026
Total	756	981	1737

Tabla 1. Alumnos de la Diplomatura de Empresariales distribuidos por curso y género.

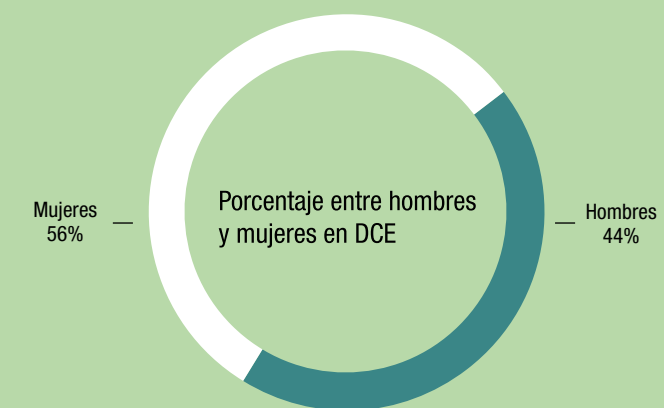


Figura 1. Porcentaje de hombres y mujeres en la Diplomatura de Empresariales.

- **Diplomatura en Gestión y Administración Pública:** 2° y 3° presencial, con 242 alumnos.

Curso	Hombres	Mujeres	Total alumnos
1°	3	6	9
2°	40	64	104
3°	45	84	129
Total	88	154	242

Tabla 2. Alumnos de la Diplomatura de Gestión y Administración Pública distribuidos por curso y género.

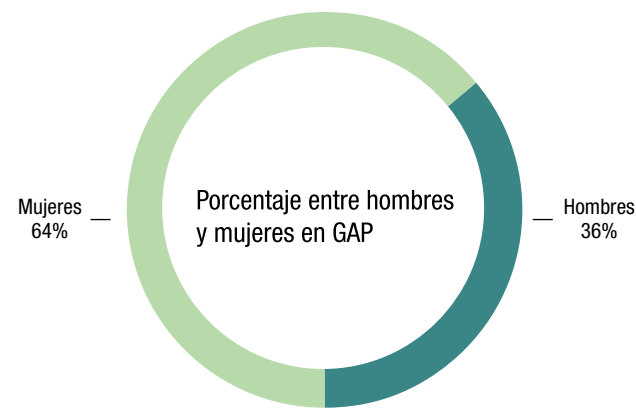


Figura 2. Porcentaje de hombres y mujeres en la Diplomatura de Gestión y Administración Pública.

- **Grado en Marketing e Investigación de Mercados,** 1° curso, con 357 alumnos.
- **Grado en Gestión y Administración Pública:** 1° curso, con 68 alumnos.

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 ACADEMICO 2010/11

Águila Obra, Ana Rosa Del	Cenizo Rodríguez, María Del Rosario
Alarcón Urbistondo, María Del Pilar	Ciruela Lorenzo, Antonio Manuel
Albánchez Blanco, José Luis	Contreras De La Rosa, María Isabel
Alcázar Martínez, Benjamín Del	Cortés Fernández, Luis
Algaba Ros, Silvia	Cruces Pastor, Eugenia María
Anaya Sánchez, Rafael	Cruces Pastor, María Esther
Aranda Llamas, Eva	Cruz Padial, Ignacio
Arija Soutullo, María Del Carmen	Delgado Utrera, José Manuel
Arroyo Turrillo, Antonio	Durán Muñoz, Rafael
Arroyo Varela, Silvia Regina	Esteban Pagola, Ana Isabel
Barcena Martín, Elena Maria	Falgueras Sorauren, Ignacio
Barrionuevo Soler, Ignacio	Falgueras Sorauren, Ignacio
Becerra Vicario, Rafael	Fernández Bertoa, Manuel
Benítez Márquez, María Dolores	Galache Laza, María Teresa
Bentabol Manzanares, María Amparo	Galera Martín, Juan Francisco
Bermúdez González, Guillermo José	Galindo Reyes, Fuensanta Carmen
Cabello González, José Manuel	Gallego Pascual, Miguel
Calle García, Maria José	García Blanco, Luis Fernando
Calle Garcia, Rosana Ana	García López, Montserrat
Callejón Gil, Ángela María	García Luque, Elisa Isabel
Campo Ávila, José Del	García Mestanza, Josefa
Campos Luque, María Concepción	García Sánchez, María Dolores
Cantalejo García, Francisco	Garrido Mora, Manuel
Caña Palma, Rocío	Garrido Moreno, Aurora
Caparrós Valderrama, Rafael	Gómez Jiménez, María Luisa
Carrasco Díaz, Daniel	Gómez Nuñez, Trinidad
Carrasco Santos, María Jesús	Gómez Sala, Jesús Salvador
Castro López, María Del Pilar	González García, Vicente

González Gomila, Francisco	Lecuona Prats, Emilio Roque
González Quintana, María José	Llorente Muñoz, Virginia
González Robles, Eva María	López Toro, Alberto Antonio
Grana López, José Francisco	López Vilaseco, Fernando
Guerra Perez, Cristina Vicenta	Luna Jiménez, María José
Guijarro Hernandez, José Javier	Luna Jiménez, María José
Gutiérrez Bengoechea, Miguel	Luque Aranda, Marta
Gutiérrez Colomina, Venancio	Martín Rivera, Lucía
Gutiérrez Navas, María Dolores	Medina Cano, Eduardo
Hernández Del Castillo, Alejandro José	Miguel García, Francisca
Hernández Huelin, Mónica María	Molina Garrido, María Del Carmen
Hurtado González, Juan Francisco	Molina Gómez, Jesús
Hylander Impagliazzo, Gustavo	Molina Ruíz, Salvador Javier
Imedio Olmedo, Luis José	Montiel Torres, Ana María
Iranzo Acosta, José Luis	Morales Baño, Ángel Ramón
Jaimez Gago, María Isabel	Morales Caparrós, María Jesús
Lacomba Arias, Beatriz	

PROFESORES ADSCRITOS AL CENTRO 2010/11

Albánchez Blanco, José Luis	González Guerrero, Miguel
Alcázar Martínez, Benjamín Del	González Robles, Eva María
Antúnez Torres, Antonio	Grana López, José Francisco
Aragón Rodríguez, María Jesús	López Toro, Alberto Antonio
Arroyo Varela, Silvia Regina	Martín Armario, Julita
Bahía Almansa, Maria Belén	Martín Rivera, Lucía
Benítez Márquez, María Dolores	Miguel García, Francisca
Bentabol Manzanares, María Amparo	Molina Ruíz, José Antonio
Cantalejo García, Francisco	Molina Ruíz, Salvador Javier
Caña Palma, Rocío	Montiel Torres, Ana María (J)
Carrasco Santos, María Jesús	Morales Gallego, Sebastián
Casquero Tomás, Antonio	Moreno Lorente, Francisco De Asis
Cenizo Rodríguez, María Del Rosario	Muñoz Martos, María Del Mar
Cruces Pastor, Eugenia María	Nieves López, Antonio De Las
Cruces Pastor, María Esther	Pastor García, María Inmaculada
Cruz Padial, Ignacio	Quero Gervilla, María José
Díaz Muñoz, Rocío	Ruíz De La Rua, Francisco
Galindo Reyes, Fuensanta Carmen	Ruz Bravo, Óscar Hernán
Gallego Pascual, Miguel	Sarrión Gavilán, María Dolores
García Mestanza, Josefa	Soler Porta, Mariano
García Sánchez, María Dolores	Trigo Martínez, Eduardo
Gómez De La Cruz Talegón, Carlos Fernando	Valencia Quintero, María José
Gómez Nuñez, Trinidad	
González Gomila, Francisco	

MASTERS, EXPERTOS Y OTROS TÍTULOS PROPIOS IMPARTIDOS

X Graduados 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)
6,5	Créditos Optativos

* (A): anual / * (C): cuatrimestral



MASTER EN TASACIÓN E INTERMEDIACIÓN INMOBILIARIA

En colaboración con el
Colegio de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria

Construye tu Futuro

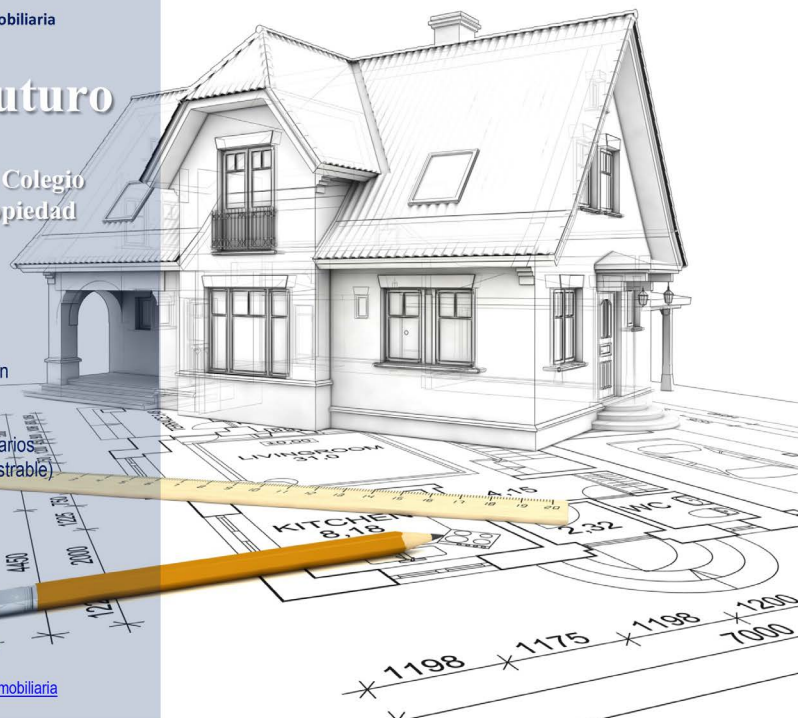
Avalado y reconocido por el Colegio
Oficial de Agentes de la Propiedad
Inmobiliaria

Lugar: Facultad de Comercio y Gestión

Requisitos: Diplomado o Licenciado
Graduado en Estudios Inmobiliarios
Experiencia Profesional (demostrable)



Información: 951.952.224 (Mercedes Vega)
E-mail: mvega@uma.es
Información: <http://www.uma.es/tasacioninmobiliaria>



I 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 que 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:

1º Módulo: (9 créditos):

Transmisión y Circulación de Bienes Inmuebles

1. Compra, venta y permuta de fincas Rústicas y Urbanas
2. Préstamos con garantía hipotecaria sobre fincas Rústicas y Urbanas
3. Arrendamientos Rústicos y Urbanos:
4. Arrendamiento de finca rústica
5. Arrendamiento de finca urbana
6. Arrendamiento de uso distinto a la vivienda (local de negocio, industria y similares)
7. Arrendamiento con opción a compra

2º Módulo: (9 créditos):

Régimen de Bienes en Comunidad y Propiedad Horizontal

1. El régimen de propiedad Horizontal
2. La intermediación y corretaje de los APIS en operaciones de compraventa, permuta y préstamos hipotecarios
3. Régimen jurídico de la actuación de los APIS
4. Funciones y deberes
5. Responsabilidad de los APIS
6. El arbitraje: La intervención de los APIS

3º Módulo: (12 créditos):

Tasación Inmobiliaria

1. Conceptos generales
2. El proceso de valoración
3. Métodos de valoración
4. Taller de tasación

4º Módulo (9 Créditos):

Tasación Inmobiliaria II:

1. La profesión de tasador.
2. Métodos de valoración inmobiliaria
3. Otros tipos de valoración
4. Catastral
5. Urbanística
6. De derechos reales
7. Modelos de informes de valoración inmobiliaria

5º Módulo (7,5 Créditos):

Marketing de Servicios Inmobiliarios:

1. Introducción al marketing de servicios inmobiliarios
2. El conocimiento del mercado y el consumidor en los servicios inmobiliarios
3. La gestión de los servicios inmobiliarios como herramienta del marketing
4. La atención al cliente y la gestión de la calidad como variables de diferenciación
5. El precio como variable de marketing en la prestación de los servicios inmobiliarios
6. La gestión de la distribución de los servicios inmobiliarios
7. Comunicación y promoción de los servicios inmobiliarios en un nuevo entorno

6º Módulo (6 Créditos):

Contabilidad Financiera para Agentes Inmobiliarios

1. Introducción a la técnica registral de la contabilidad
2. El plan general de Contabilidad: Estructura y composición
3. Estudio y análisis de las principales cuentas de activo.
4. Estudio y análisis de las principales cuentas de pasivo y neto.
5. Cuentas de gestión: Ingresos y Gastos, gastos e ingresos imputados al patrimonio neto.
6. Cuentas anuales

7º Módulo (7,5 Créditos):

Fiscalidad De Las Operaciones Inmobiliarias

1. Introducción a la fiscalidad indirecta
2. Análisis de los impuestos estatales con mayor incidencia en las operaciones inmobiliarias
3. La imposición local en las operaciones inmobiliarias

EL MARKETING ES SENTIMIENTO

TRABAJO PROGRESO FUTURO SORPRESA INNOVACIÓN DESEO CRECIMIENTO CREATIVIDAD
TÉCNICA SEDUCCIÓN SATISFACCIÓN NECESIDAD INTERCAMBIO TECNOLOGÍA

9º MASTER UNIVERSITARIO EN MARKETING DE NEGOCIOS (MBM)

Experto Universitario en Marketing de Negocios
PRÁCTICAS EN EMPRESAS

DIRIGIDO A:
Diplomados, Licenciados
Profesionales del sector con probada experiencia.

PROFESORADO:
Directivos de Marketing de los principales sectores empresariales
y profesorado especializado en marketing.

ABIERTO PLAZO DE MATRÍCULA
Más información en: www.mbm.uma.es

Patrocina:

Colabora:

IX 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 universitarios.

Objetivos:

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

Duración: 60 créditos (600 horas)

Plan de Estudios:

1. Marketing Relacional y Orientación al Mercado

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

2. Planificación Estratégica del Marketing

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

3. Análisis de la Competencia

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

4. Comportamiento del Consumidor

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

5. Investigación de Mercado

- 5.1. Conceptos de la investigación de mercados.
- 5.2. El proceso de investigación comercial.
- 5.3. Investigación cualitativa.
- 5.4. Técnicas cuantitativas.
- 5.5. Muestreo, trabajo de campo y análisis de los datos.
- 6.1. 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.

EL MARKETING ES DESEO

TRABAJO PROGRESO FUTURO SORPRESA INNOVACIÓN CRECIMIENTO CREATIVIDAD
TÉCNICA SEDUCCIÓN SATISFACCIÓN NECESIDAD SENTIMIENTO INTERCAMBIO TECNOLOGÍA

9º MASTER UNIVERSITARIO EN MARKETING DE NEGOCIOS (MBM)

Experto Universitario en Marketing de Negocios
PRÁCTICAS EN EMPRESAS

DIRIGIDO A:
Diplomados, Licenciados
Profesionales del sector con probada experiencia.

PROFESORADO:
Directivos de Marketing de los principales sectores empresariales
y profesorado especializado en marketing.

ABIERTO PLAZO DE MATRÍCULA

Más información en: www.mbm.uma.es



Patrocinada:



Colaboran:



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

IX Experto en Marketing de Negocios

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

Objetivos:

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

Duración: 30 créditos (300 horas)

Plan de Estudios:

1. Marketing Relacional y Orientación al Mercado

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

2. Planificación Estratégica del Marketing

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

3. Análisis de la Competencia

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

4. Comportamiento del Consumidor

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

5. Investigación de Mercado

- 5.1. Conceptos de la investigación de mercados.
- 5.2. El proceso de investigación comercial.
- 5.3. Investigación cualitativa.
- 5.4. Técnicas cuantitativas.
- 5.5. Muestreo, trabajo de campo y análisis de los datos.

6. Decisiones Sobre la Gama de Productos

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

7. La Gestión de Precios como Herramienta de Marketing

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

8. Distribución Comercial

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

9. Nuevas Tendencias de Comunicación en las Organizaciones

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

10. E-Marketing

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

CURSOS DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO

PRIMER SEMESTRE 2010-2011:

VIII Curso de Introducción a la Cooperación para el Desarrollo

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) del 15 Al 30 de Octubre de 2010.

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

VIII Curso de Gestión de Proyectos de Cooperación para el Desarrollo

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) del 5 al 20 de noviembre de 2010

Programa:

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

Cursos sobre cooperación al desarrollo

Primer Cuatrimestre

VIII curso de **Introducción a la Cooperación para el Desarrollo**

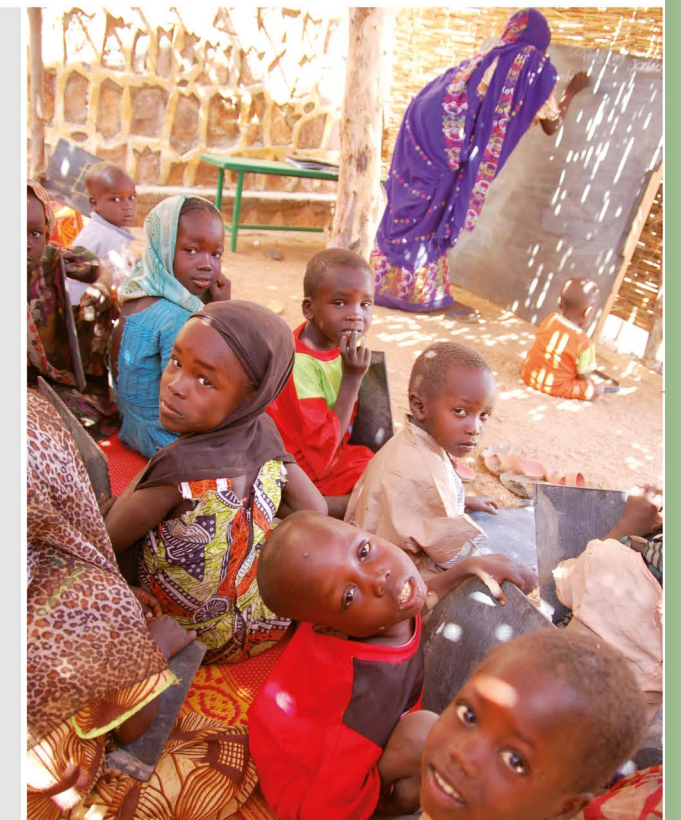
15 al 30 de octubre de 2010

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

5 al 20 de noviembre de 2010

II curso sobre **Género y Desarrollo**

26 de noviembre al 17 de diciembre de 2010



Plazas limitadas

Matrícula: 55 euros

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

Organizan



Colaboran



II Curso sobre Género y Desarrollo

Objetivo:

Proporcionar a profesionales y personas en proceso de formación, procedentes de diversos sectores, un conocimiento sobre la realidad que le rodea al género en los contextos de desarrollo. Igualmente pretende servir como plataforma para la capacitación y promoción del voluntariado.

Duración: 3 créditos (30 horas) del 26 de Noviembre al 18 de Diciembre de 2010

Programa:

1. Las mujeres en el mundo: distintas manifestaciones de un mismo fenómeno.
2. La relación entre la igualdad de género y el desarrollo. Enfoques que la han interpretado: de MED a GED.
3. La aportación de las mujeres al desarrollo: trabajo productivo, reproductivo y de gestión comunitaria.
4. Necesidades prácticas e intereses estratégicos de género. El empoderamiento de las mujeres como estrategia de desarrollo.
5. Las mujeres como protagonistas de la transformación social. Mujeres en movimientos sociales.
6. La Conferencia Mundial de Beijing. Situación de los DDHH de las mujeres. Instrumentos jurídicos.
7. La Ayuda Oficial al Desarrollo para la igualdad de género.
8. Las migraciones analizadas con perspectiva de género.

SEGUNDO SEMESTRE 2010-2011:

III Curso de Comunicación para el Desarrollo y para la Paz

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) del 25 de Febrero al 12 de Marzo De 2011.

Programa:

1. 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.
3. 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

IV Curso sobre Introducción a la Educación para el Desarrollo

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) del 18 de marzo al 2 de abril de 2011

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
4. ONGD y movimientos sociales: convergencias para la incidencia política
5. Campaña mundial de educación / Red de Jóvenes
6. La EpD en el ámbito educativo formal
7. Taller de diseño de actividades de EpD en el ámbito educativo
8. Perfil del formador

II Curso de Administración de Entidades No Lucrativas.

Objetivo:

Proporcionar un conocimiento teórico y práctico de las nuevas tendencias de la administración y su aplicación al ámbito de las ENL. Especialmente, la Dirección estratégica, la gestión de la calidad y la transparencia en la gestión. Igualmente pretende servir como plataforma para la capacitación y promoción del voluntariado.

Duración: 3 créditos (30 horas) del 29 de abril al 14 de mayo de 2011

Programa:

1. Evolución histórica de la ENL y las ONGDs
2. Administración Estratégica de las ENL
3. Casos prácticos de Administración Estratégica
4. Gestión de la Calidad en las ENL
5. Casos prácticos de gestión de la calidad
6. Transparencia y Código ético. Casos prácticos.
7. Creación de Entidades no lucrativas
8. Coordinadora de ONGDs. Trabajo en red.

Cursos sobre cooperación al desarrollo

Segundo Cuatrimestre 2010-2011

III curso de Comunicación para el Desarrollo y para la Paz

25 de febrero al 12 de marzo de 2011

IV curso de Introducción a la Educación para el Desarrollo

18 de marzo al 2 de abril de 2011

II curso de Administración de Entidades no lucrativas

29 de abril al 14 de mayo de 2011

IX curso de Gestión de Proyectos de Cooperación para el Desarrollo

20 de mayo al 4 de junio de 2011



Plazas limitadas

Matrícula: 55 euros

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

Organiza



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Colaboran



ONG JESUITA PARA LA EDUCACIÓN Y EL DESARROLLO



centro de ediciones máLAGA.es diputación



IX Curso de Gestión de Proyectos de Cooperación para el Desarrollo

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) del 20 de mayo al 4 de junio de 2011

Programa:

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

Curso de Introducción a la Cooperación y Educación para el Desarrollo

Objetivo:

Proporcionar a los alumnos que participan en el programa de voluntariado de la Universidad de Málaga un conocimiento básico sobre cooperación internacional al desarrollo, proyectos de cooperación y Educación para el Desarrollo.

Duración: 30 horas, julio 2011.

Programa:

1. Introducción a la Cooperación Internacional para el Desarrollo; Desigualdad Norte – Sur;
2. La Cooperación al Desarrollo Española.
3. Aspectos sociales y culturales de la cooperación para el Desarrollo. Género, Indígenas y afrodescendientes.
4. Dinámica de presentación; Conceptualización: Qué es y qué no es ED;
5. Evolución histórica de la ED; Ámbitos (formal, no formal e informal) y actores de la ED; Conclusiones.
6. Objetivos de Desarrollo del Milenio.
7. Agentes de la cooperación.
8. Desarrollo sostenible, medioambiente y comercio justo. Cine Foro.

GRADUACIONES 2010/11

CURSO 2010-2011

DIPLOMATURA EN EMPRESARIALES

Listado de alumnos admitidos en el Acto de Graduación (*)		
	Nombre	Apellidos
Doña	Miriam	Aguilar Sánchez
Doña	María del Pilar	Alarcón Fernández
Doña	Victoria Eugenia	Alarcón Pinto
Doña	Eva María	Alba Soler
Doña	Carmen María	Andrades García
Doña	María Elena	Andrés Márquez
Doña	Natalia Josefina	Andrey Periago
Don	Juan	Andújar Medina
Don	José Francisco	Aranda Ruiz
Don	Alejandro	Aroca Martínez
Doña	Soraya Ana	Ayoso Velasco
Doña	Jessica	Beltran Hoyo
Don	Salvador	Bermúdez Lorente
Don	Pablo	Bernal Bareas
Don	Alejandro	Bravo González
Don	Rafael Manuel	Cabello de Alba Delgado
Doña	Raquel	Calero Pino
Doña	Rocío	Calvo Fernández
Doña	Ana Victoria	Cañamero Pascual
Doña	Rocío	Carneros Ruiz
Doña	Rocío	Carillo Molina
Don	Sergio	Carrillo Molina
Don	Francisco	Cerón Fernández
Doña	Silvia Carmen	Cordero Álvarez

Doña	Thalita	Chaves Gomes
Doña	Lidia	de Miguel Zurita
Don	Sergio Humberto	del Alamo Paniagua
Doña	Laura	Domínguez Martínez
Doña	Inmaculada	Domínguez Moyano
Doña	Ana	Escobar Jiménez
Doña	Tania	Escobar Simón
Don	Jorge	Fenoy Jiménez
Doña	Lydia	Fernández Domínguez
Doña	Amanda	Fuentes García
Doña	Almudena	Gallardo Díaz
Doña	María Teresa	Gallardo García
Don	Roberto	García Agua Soler
Doña	Eva María	García Aguilera
Don	Jesús Alberto	García Cano
Doña	Sabina	García Galiano
Doña	Lucía Victoria	García Gorospe
Doña	Lucía	García Luque
Doña	María Raquel	García Moreno
Doña	Sonia	García Peláez
Doña	María Isabel	García Rodríguez
Doña	María del Mar	García Torres
Doña	Tamara	Gil Ocaña
Doña	María del Pilar	Gil Rojas
Doña	Virginia	Gil Vera
Doña	María Ana Belén	Gómez Godoy
Doña	Adriana	Gómez Guirado
Doña	María Isabel	Gómez Muñoz
Doña	Beatriz	Gómez Ortiz

Doña	Sara	González Cotilla
Doña	Teresa	González González
Doña	Rocío	González Torres
Don	Jorge	González Valiente
Doña	Laura	Grijelmo Jaime
Don	Ángel	Guillen Sánchez
Doña	Macarena	Gutiérrez Castillo
Don	Álvaro Manuel	Hidalgo Alfonso
Don	Ricardo	Jiménez Díaz
Doña	Ana María	Jiménez Romero
Doña	Raquel	Jurado Ponce
Don	Javier	León López
Doña	Susana	Lopera Roldán
Don	Enrique	López Armijo
Doña	Laura	López García
Don	Rafael	López Gómez
Don	Francisco	Lorenzo Guerra
Doña	Rocío	Lozano Ramírez
Doña	María Victoria	Luque Ocaña
Doña	Noemí	Maldonado López
Doña	Rocío	Martín Marmolejo
Don	Esteban	Martín Muñoz
Doña	Josefa	Martín Pérez
Doña	María Noelia	Martín Ruiz
Doña	Laura	Martínez Larrubia
Doña	Temis	Mateo Manrique
Don	José Ángel	Mateo Sancho
Don	Eduardo	Matías San José
Don	Giorgio	Maulini Rohrscheib

Don	José Manuel	Merlo Martín
Don	David	Millán Jiménez
Doña	Fabiola	Mínguez Romero
Doña	Rocío	Miranda Rodríguez
Doña	Intissar	Mokadem El Alaoui
Doña	Adela Ana	Morales González
Doña	Tania	Moya Pezzi
Doña	Azahara	Muffak Iglesias
Doña	Esther	Muñoz Moreno
Doña	Tamara	Narváez Rojo
Don	Juan Miguel	Navarro Vilchez
Doña	Marina	Nieblas Rosado
Doña	Rocío	Noguera Muñoz
Don	Miguel	Ortega Bernabeu
Doña	Cristina	Ortega Ranea
Doña	Elizabeth	Pascual Briceño
Don	Antonio Jesús	Pérez García
Doña	Rocío	Pérez Montañez
Don	Javier	Pérez Pérez
Doña	Elena	Pérez Ruiz
Don	Adrián	Pineda García
Doña	María	Pizarro López
Don	Lázaro	Porras Lima
Doña	Noelia María	Quirós López
Doña	Carmen María	Ranea Martín
Doña	Rocío	Raya Salamanca
Doña	Macarena	Rico Pareja
Doña	Desiree	Rodríguez Domínguez
Doña	Verónica	Rodríguez Morgado
Don	Alberto	Rodríguez Puche

Don	Alejandro	Romero Crespo
Don	Ramón	Rueda López
Doña	María Belén	Ruiz Arrebola
Don	Rafael	Ruiz Galán
Doña	Carmen	Ruiz Lisbona
Doña	Leticia Lucía	Ruiz López
Doña	María Isabel	Ruiz Martín
Doña	Isabel María	Ruiz Sánchez
Doña	Silvia	Ruiz Villodres
Don	Ricardo	Sánchez Gil
Doña	Silvia	Sánchez Osuna
Doña	Cynthia	Sancho Casado
Don	Moisés Lorenzo	Sanjuán Martos
Doña	María Auxiliadora	Soto Rosado
Doña	Milagros	Soto Rosado
Doña	Catalina María	Torres Plaza
Doña	Noemí	Valencia Burgueño
Doña	Tamara	Valero González
Doña	Ana María	Valiente Moreno
Don	Manuel Alejandro	Valiente Velasco
Don	Elías Guillermo	Valle Rodríguez
Don	Manuel	Vera Barrientos
Don	Francisco	Vera Gómez
Don	Francisco Javier	Verdugo Pérez
Don	Guillermo	Vivas Paz
Doña	Isabel	Zamudio Mesa
Doña	Susana	Zhan Guerrero

(*)La admisión al acto de graduación no implica la obtención del título.



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES



PROMOCIÓN 2008 - 2011

CURSO 2010-2011

**DIPLOMATURA EN GESTIÓN
Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

Listado de alumnos admitidos en el Acto de Graduación (*)

	Nombre	Apellidos
Don	Carlos David	Abuin Rodríguez
Doña	Marina	Berrocal Rielves
Doña	Noelia	Cabrera Castro
Don	Francisco Jesús	Cruz Gómez
Doña	Sandra	Cuesta Pinto
Don	Cristóbal	Domínguez Cruces
Doña	María Dolores	Fernández Figuerola
Doña	Concepción Inmaculada	Fernández Ruiz
Doña	Sonia	Hidalgo Clavijo
Doña	Virginia	Honorato Crespillo
Doña	Francisca	Martínez Moya
Doña	Gloria	Millán Jiménez
Doña	Laura	Montilla López
Don	Javier	Muñoz García
Don	Emilio José	Muñoz Mellado
Doña	Sara	Naranjo Guerrero
Don	Aurelio	Navas Jiménez
Doña	María Gema	Nieto Martín
Doña	M Luisa	Núñez Ponce
Doña	Ana María	Ortega Vázquez
Doña	Celia	Pérez Ríos
Doña	Antonia María	Ramírez Lerena
Doña	María Rosario	Ramírez Lerena

Doña	María del Mar	Ramírez Martínez
Doña	Antonia	Rando Villodres
Don	Álvaro	Rodríguez Fernández
Doña	Ana María	Ruiz Serralvo
Doña	Inmaculada	Sánchez Asensio
Doña	Ana	Sánchez López
Doña	Inmaculada	Sánchez Pedraza

(*)La admisión al acto de graduación no implica la obtención del título.





UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

PROMOCIÓN 2008 - 2011



Elsa María Álvarez González *Derecho Administrativo*
 Gustavo Bernaldo *Informática*
 Juan Carlos Villalón *Derecho Constitucional*
 José Luis Pardo *Derechos Económico-Administrativos*
 Pío Romero Fariña *Derecho Trabajo y S.S.*
 Eva González Ballester *Historia*
 Rosalía Cortés Rodríguez *Historia de Organización Académica*
 Francisca Cortés García *Psicología*
 Salvador Saldaña Ruiz *Historia*
 Enrique Sánchez *Historia*
 María del Mar Muñoz Martín *Historia de Almería*
 Pilar Riquelme *Derecho Administrativo*
 Juan Carlos Pérez García *Derecho Administrativo*
 Rafael Capote *Economía Política*
 María Román *Economía Política*

Diplomado en Gestión y Administración Pública



Carlos David Abuin Rodríguez *Málaga*
 Marina Berrocal Rielves *Alh. de la Torre (Málaga)*
 Noelia Cabrera Castro *Olvera (Cádiz)*
 Miriam Capilla Luque *Alh. de la Torre (Málaga)*
 José Manuel Cazorla López *Málaga*
 Bavish Choithramani Khubani *Ceuta*
 Francisco Jesús Cruz Gómez *Cuevas Bajas (Málaga)*
 Sandra Cuesta Pinto *Málaga*
 Cristóbal Domínguez Cruces *Málaga*
 María Dolores Fernández Figuerola *Málaga*
 Inmaculada Fernández Ruiz *Gilena (Sevilla)*
 Marina Fortes Bracero *Vélez-Málaga (Málaga)*



Cristina Fraguero Romero *Marbella (Málaga)*
 Ángeles Gallego Blanca *Málaga*
 Luis Manuel González Blanco *Málaga*
 Laura González Coín *Málaga*
 Sonia Hidalgo Clavijo *Málaga*
 Virginia Honorato Crespillo *Málaga*
 Celia Jiménez Feria *Málaga*
 Fanny María López Montosa *Granada*
 Francisca Martínez Moya *Málaga*
 Gloria Millán Jiménez *Málaga*
 Laura Montilla López *Málaga*
 Javier Muñoz García *Málaga*



Francisco Javier Muñoz Vela *Málaga*
 Sara Naranjo Guerrero *Alh. el Grande (Málaga)*
 Aurelio Navas Jiménez *Vélez-Málaga (Málaga)*
 Gema Nieto Martín *Vélez-Málaga (Málaga)*
 María Luisa Nández Ponce *Málaga*
 Ana María Ortega Vázquez *Alcalá la Real (Jaén)*
 Antonia Gloria Pérez Flores *Málaga*
 Celia María Pérez Ríos *El Burgo (Málaga)*
 Antonia María Ramírez Lereña *Grazalesma (Cádiz)*
 María Rosario Ramírez Lereña *Grazalesma (Cádiz)*
 María del Mar Ramírez Martínez *Málaga*



Antonia Rando Villodres *Colmenar (Málaga)*
 Álvaro Rodríguez Fernández *Ceuta*
 Ana María Ruiz Serralvo *Vélez-Málaga (Málaga)*
 Inmaculada Sánchez Asensio *Motril (Granada)*
 Ana Sánchez López *Málaga*
 Inmaculada Sánchez Pedraza *Málaga*
 Patricia Toledo Martínez *Málaga*

Ojeda - Fotocolor 452 23 0 24

Imágenes curso

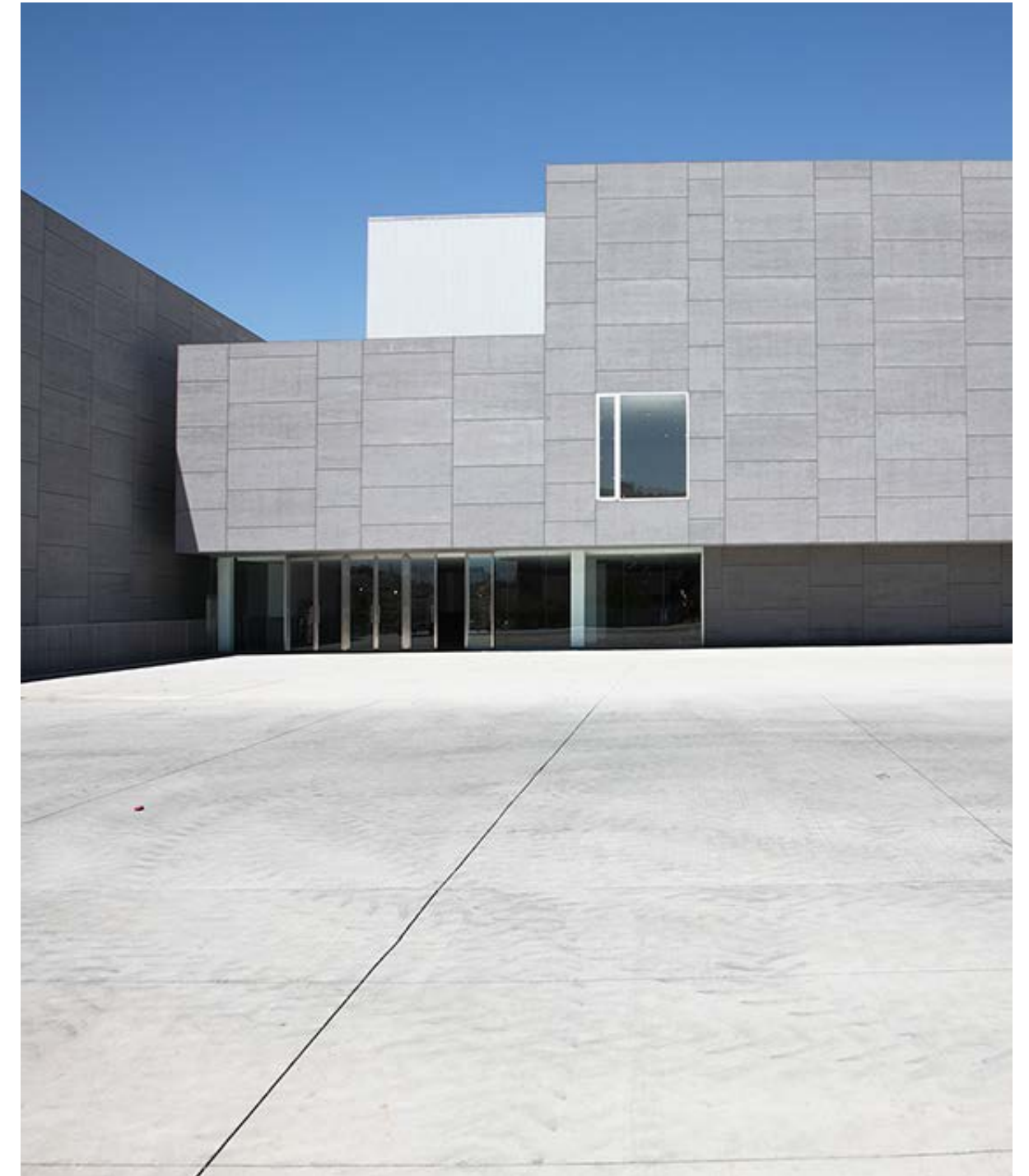
2010/11

Noticias de la web del centro, fotografías y carteles de los eventos, cursos, conferencias, firmas de convenios y otras actividades, así como las notas de prensa y anuncios publicitarios en los que aparece la Facultad de Comercio y Gestión.



SEPTIEMBRE 2010

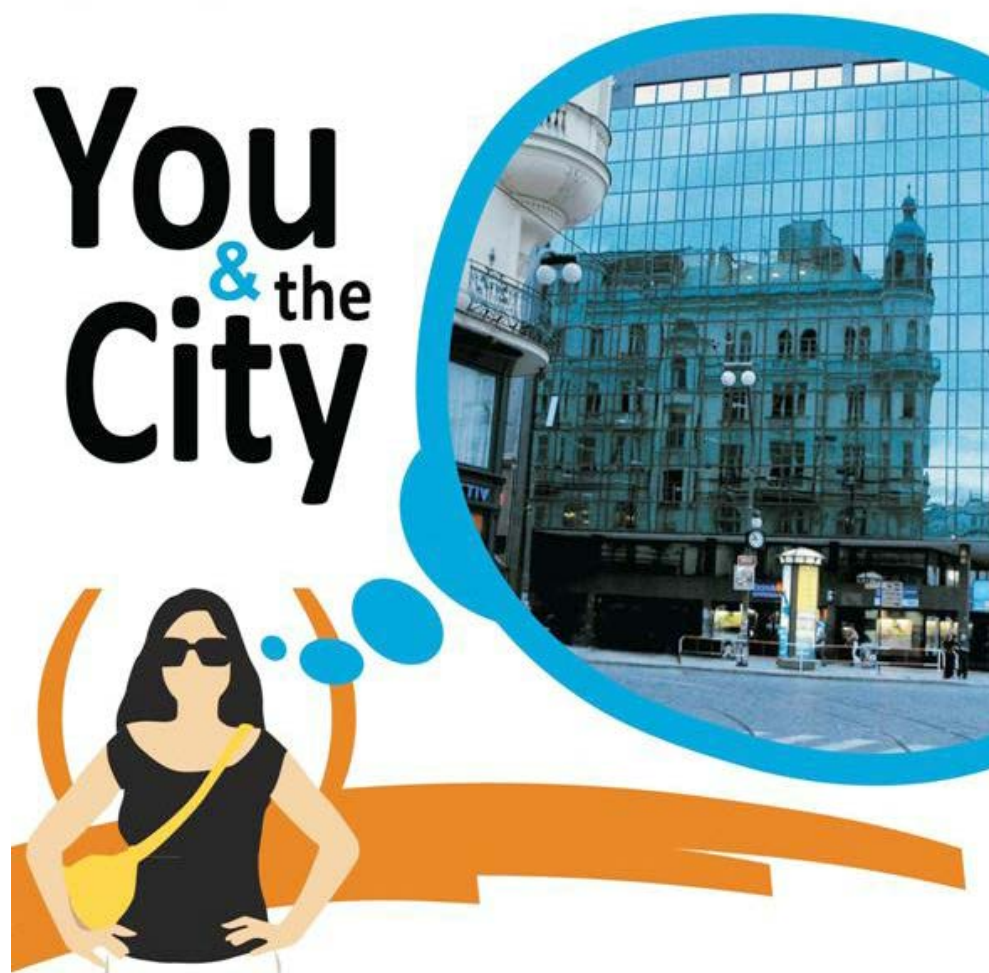
Acto de bienvenida a los estudiantes: en la primera semana de clases, el decano y su equipo visitan las aulas de primer curso de los Grados en Marketing en Investigación de Mercados y Gestión y Administración Pública. El decano da la bienvenida a los nuevos estudiantes y les informa sobre el funcionamiento general del centro. Se entrega a los estudiantes un díptico con información de interés.



SEPTIEMBRE 2010

Por Resolución de 21 de septiembre de 2010 de la Universidad de Málaga, se acuerda el cambio de denominación del Centro “Escuela Universitaria de Estudios Empresariales”, pasando a denominarse “Facultad de Comercio y Gestión”. Asimismo, cambia su estructura de gobierno, pasando a denominarse Decano y Vicedecanos, nombrados por la Rectora de Universidad de Málaga.

(Tc & cb) Turismo Cultural & City Break | Málaga 2011
 8ª FERIA INTERNACIONAL 22-23 sept
 TRADE FAIR



SEPTIEMBRE 2010

Ciclo de Conferencias sobre Nuevas Herramientas de Marketing Online, que se celebrará los días 23 y 24 de septiembre en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, en virtud del convenio firmado por la Facultad de Comercio y Gestión con la 7ª Feria de Turismo Cultural. Los alumnos que asisten obtienen un crédito de libre configuración por tal actividad, siempre y cuando, además de la asistencia entrega una memoria específica del mismo.

EL TÍTULO PROPIO DE ESTUDIOS INMOBILIARIOS CUMPLE TRECE AÑOS

LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA, POR TRECEAVO AÑO, ACOGE EL TÍTULO PROPIO DE ESTUDIOS INMOBILIARIOS, UNA ESPECIALIDAD QUE FORMA AL ADMINISTRADOR DE FINCAS EN TODOS LOS ÁMBITOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL

Una nueva promoción de Estudios Inmobiliarios dará comienzo este curso académico 2010-2011 en la Universidad de Málaga. Ya son trece las promociones que han formado a profesionales especializados en el ámbito de la Administración de Fincas. Ya son trece los años que han pasado desde que el Colegio de Administradores de Fincas y la Universidad de Málaga se coordinaron para trazar un proyecto necesario e ineludible para los profesionales y la propia sociedad: la creación de unos estudios que permitieran una formación específica y en profundidad de todos aquellos ámbitos con los que el profesional Administrador de Fincas se va a encontrar en el desarrollo de su labor. Así nació el Título Propio de Estudios Inmobiliarios y, así, se configuraron sus planes de estudio con materias jurídicas que se unieron a aspectos financieros, con asignaturas que analizan la propiedad horizontal, los arrendamientos, los contratos de

obras y servicios o la deontología, básica para todo ejercicio profesional.

Desde el principio de su creación, la modalidad de enseñanza on-line supuso un importante impulso de esta titulación, ofreciendo a los estudiantes foráneos una mayor flexibilidad en asistencia a las aulas, estos estudios buscaban abrir fronteras y la posibilidad de cursarse desde diferentes ámbitos geográficos. Así, este proyecto se compartía con toda la comunidad autónoma, era la especialización de Administrador de Fincas de todos los andaluces.

Un año más vuelve a abrir sus puertas a todos los que deseen participar de esta experiencia de especialización profesional. Información en: www.estudiosinmobiliarios.uma.es



SEPTIEMBRE 2010

Noticia, trece años del título propio de Estudios Inmobiliario, en El administrador, Revista del Ilustre Consejo Andaluz de Colegios de Administradores de Fincas. Número 45. Septiembre de 2010.



SEPTIEMBRE 2010

En colaboración con el Club de Marketing de Málaga, el 14 de septiembre de 2010 tuvo lugar en el Salón de Grados de esta Facultad de Comercio y Gestión una conferencia sobre Marketing Online impartida por Ouali Benmeziane, fundador del mayor Congreso de Marketing online celebrado en España, el Search Congress, Seo Manager del grupo Quality Courses, y socio fundador de Mosm.es. Tras la finalización de la conferencia, a la que asistieron casi un centenar de profesionales del Marketing, tuvo lugar un evento de Networking en el que se presentó el WebCongress que se celebrará en Málaga los días 30 de septiembre y 1 de octubre de 2010.

SUR Domingo 12.09.10

DINERO Y EMPLEO

SUPLEMENTO DE ECONOMÍA, TRABAJO Y AHORRO E INVERSIÓN

TÍTULO PROPIO EN ESTUDIOS INMOBILIARIOS
TÍTULO PROPIO DE PRIMER CICLO (3 CURSOS ACADÉMICOS) 13ª PROMOCIÓN

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

(!) Posibilidad de seguimiento virtual a través de Internet con apoyo de clases presenciales periódicas.

* Reconocido por el Consejo General de Colegios de Administradores de Fincas como título de acceso directo a la profesión

INFORMACIÓN:
Facultad de Comercio y Gestión
Ampliación Campus de Teatinos
Tlfno: 95 1952224/95 1952105
<http://www.estudiosinmobiliarios.uma.es>

Facultad de Comercio y Gestión **uma.es**

SEPTIEMBRE 2011

Anuncio en Sur de Málaga, trece años del título propio de Estudios Inmobiliario 12 de septiembre de 2010.

Colegio de Administradores de Fincas



MANUEL ARANDA

Sesión de Estudios Inmobiliarios

En la tarde de ayer tuvo lugar la celebración de una sesión informativa sobre el título propio de Estudios Inmobiliarios que se impartirá en la Universidad de Málaga durante el curso 2010-11. Esta universidad andaluza eligió el Colegio de Administradores de Fincas de Jerez, sita en la calle Caracuel, como el lugar en el que informar sobre la próxima promoción de estos estudios universitarios. Este título propio es el único de estas características que se imparte en nuestra comunidad autónoma. En el curso académico que está a punto de comenzar, la Universidad de Málaga acogerá la XIII promoción de la titulación de Estudios Inmobiliarios, por lo que ya son trece los años transcurridos desde que el Colegio de Administradores de Fincas y la universidad malacitana comenzaron a trabajar conjuntamente para conseguir una formación específica en aquellos ámbitos en los que tendrá que desenvolverse el profesional administrador de fincas. Los planes de estudio de esta titulación combinan materias jurídicas con aspectos financieros.

SEPTIEMBRE 2010

Noticia en el Diario de Jerez, trece años del título propio de Estudios Inmobiliario, miércoles 22 de septiembre de 2010.



OCTUBRE 2010

El 6 de octubre de 2010 tuvo lugar el acto oficial de apertura del curso académico 2010-11. Este solemne acto se celebró en las instalaciones de nuestro Complejo de Estudios Sociales y Empresariales.



OCTUBRE 2010

Publicación de la Guía del estudiante 2010/11, disponibles en Conserjería para los alumnos matriculados en nuestras titulaciones. En ella se encuentra información básica del centro (conserjería, secretaría, decanato, biblioteca...), planes de estudio, horarios, calendario académico, normativa, etc. Recoge información de servicios y actividades de nuestra universidad. Además, la guía viene acompañada de un CD con los programas de las asignaturas de todas las titulaciones que se imparten en nuestra facultad.

P.28

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Málaga, con la Capitalidad Europea de la Cultura en el punto de mira

Transformación de la ciudad

No hay mejor ocasión para mostrar toda Europa su patrimonio máspreciado, el arte de su gente, de sus malagueños, enviándole un mensaje desconocido por mucha gente: Málaga respira cultura.

La candidatura por la Capital Europea de la Cultura conlleva profundizar en la importancia de la cultura como elemento de transformación urbana y social; en la cultura al alcance de todos; en la cultura como dinamizadora de los distritos.

Málaga en su Plan Estratégico apuesta por un modelo de ciudad en el que la cultura se convierte en una línea estratégica de su potencial desarrollo, que se ha convertido en una importante red de equipamientos culturales y una rica programación artística. En Málaga, el ciudadano es la clave; el reconocimiento internacional del potencial cultural y artístico de Málaga precisa de la participación de todos, ya sea mediante el conocimiento de su capacidad creadora, como de su participación activa en la cultura ya que, al fin y al cabo, serán los grandes beneficiados.

Es por ello por lo que la Universidad de Málaga y con ello, gran parte de sus estudiantes, estarán presentes mediante el desarrollo de iniciativas en conjunto con la Fundación Málaga Capital Cultural.

David Fernández

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

en la rama Económico-Empresarial.

La Escuela Universitaria de Estudios Empresariales incorpora a la oferta de estudios de la Universidad de Málaga este nuevo Grado a partir del próximo Curso 2010-11.

Salidas profesionales: Director de Marketing, Product Manager, asesor y consultor freelance, responsable de expansión internacional, etc.

<http://gradomarketing.uma.es>

OCTUBRE 2010

Anuncio en Aula Magna, tu guía 2010/11. Guía Universitaria de Andalucía. Grado de Marketing e Investigación de Mercados.



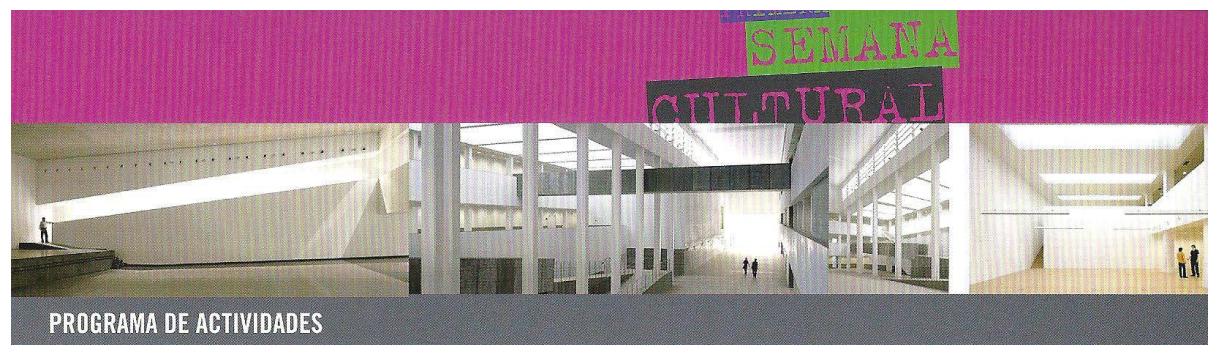
OCTUBRE 2010

Reunión de AIESEC, 7 de octubre de 2010 en la Facultad de Comercio y Gestión, dirigido a los alumnos que deseen vivir experiencias internacionales y quieran formar parte del equipo de AIESEC en Málaga. Se trata de la red global de jóvenes universitarios y recién graduados más grande del mundo.



OCTUBRE 2010

INAUGURACIÓN TÍTULOS PROPIOS IMPARTIDOS EN EL CENTRO El 22 de octubre de 2010 tuvo lugar en la Facultad de Comercio y Gestión el acto de apertura de una nueva edición de los distintos Títulos Propios de la Universidad de Málaga que se imparten en nuestro Centro. El Título propio de Estudios Inmobiliarios, en su XIII edición, permite el acceso directo a la profesión de Administrador de Fincas, estando reconocido por el Consejo General de Colegios de Administradores de Fincas y el Consejo Europeo de Profesiones Inmobiliarias. El Master y Experto en Marketing de Negocios, organizado por el Departamento de Economía y Administración de Empresas, y que ha comenzado su IX edición, constituyen uno de los programas Master de mayor tradición dentro de la Universidad de Málaga, que pretende formar profesionales de gran experiencia en el ámbito del marketing. La sesión inaugural estuvo presidida por la Vicerrectora de Relaciones Universidad-Empresa, D^a Ana María Sánchez, y el Decano de la Facultad de Comercio y gestión, D. Francisco Cantalejo. Se impartió la conferencia titulada “El marketing como soporte en los procedimientos de avance de la empresa”, a cargo de D. Francisco Barrionuevo, Presidente de Novasoft.



PROGRAMA DE ACTIVIDADES

CONCURSO DE FOTOGRAFÍA

Concurso de Fotografía 2010 de la Facultad de Comercio y Gestión de la Universidad de Málaga: "Nuestra Facultad: Otro tiempo, otra mirada"

- Dirigido a Alumnos, PAS y PDI de la Facultad de Comercio y Gestión.
- **Plazo de presentación:** Del 20 de octubre al 9 de noviembre.
- **Lugar de presentación:** Vicedecanato de Alumnos
- Puedes consultar las bases, premios, etc. del concurso en: <http://empresariales.uma.es> y en los tablones de anuncio del centro.
- **Exposición de las fotografías en el hall del centro:** Del 12 al 29 de noviembre.
- **Votación del premio del público:** 22 y 23 de noviembre en el Hall.
- **Entrega de premios:** 24 de noviembre.



¹ Los alumnos de la Facultad de Comercio y Gestión que acrediten, mediante diploma, la asistencia a esas actividades podrán obtener créditos de configuración.

CICLOS DE CONFERENCIAS

Día 2 de Noviembre:
Ciclo de Conferencias:
"Marketing: Un Área en continua evolución"

10:30 h: Inauguración a cargo de *D. Francisco Cantalejo García*, Decano de la Facultad.

11:00 h: Conferencia:
"¿Y si Rafa Nadal no supiera quién es Manolo Santana?".
Ponente: Sergio Rodríguez Hernández, Autor de lahistoriadelapublicidad.com; Fundador y Director de Creaciona, Estudio Gráfico; Fundador y Director de Neimín, Factoría de Nombres.

12:30 h: Conferencia:
"Grandes torpes del marketing. Todo lo que odio de clientes, proveedores y de mí mismo".

Ponente: Luis Berango Irizar. Presidente de Bgrupo.

Inscripción: <http://empresariales.uma.es>
Lugar: Salón de Actos del Complejo de Estudios Sociales y Empresariales.

Días 3 y 4 de Noviembre:
Seminario Universidad-Emprende¹:

- Ciclo de conferencias relacionadas con el fomento de la cultura emprendedora y la creación y gestión de empresas.
- Stand con aplicaciones informáticas multimedia interactivas y punto de información sobre gestión de empresas.

Organiza: Confederación de Empresarios y Vicerrectorado Universidad-Empresa.
Inscripción: Día 29 de octubre en el Hall del Complejo de Estudios Sociales y Empresariales.
Lugar: Salón de Actos y Hall del Complejo de Estudios Sociales y Empresariales.

Días 9 y 10 de Noviembre:
III Jornadas "Gestión del Capital Intelectual"

Organiza: Departamento de Administración y Dirección de Empresas.
Inscripción: Días 22 y 26 de octubre, a las 10:00 h. en el despacho 2-1-65D del Complejo de Estudios Sociales y Empresariales.
Lugar: Salón de Actos del Complejo de Estudios Sociales y Empresariales.

SEMANA CULTURAL NOVIEMBRE 2010

Primera Semana cultural de la Facultad, que coincide con la celebración del día del patrón del Centro, San Carlos Borromeo. Se realizó con la colaboración de un grupo de estudiantes que, de forma voluntaria, ayudaron en las tareas de organización, control de asistencia, elaboración de los certificados de participación, atención a los ponentes y preparación de los stands. Las actividades desarrolladas fueron:

- **El Seminario Universidad-Emprende'10 "Acercando la empresa a la universidad"** (junto con la Confederación de Empresarios de Málaga y el Vicerrectorado de Relaciones Universidad-Empresa), los días 3 y 4 de Noviembre de 2010.
- **El Concurso de fotografía: "Nuestro centro: Otro tiempo, otra mirada"** Dirigido a Alumnos, PAS y PDI de la Facultad de Comercio y Gestión, que cierró el plazo de presentación de fotografías el 9 de noviembre de 2010.
- **Ciclo de conferencias: "Marketing: Un área en continua evolución"**, que se celebró el día 2 de noviembre de 2010, donde aquéllos alumnos del centro que acrediten, mediante diploma, su asistencia a este ciclo, obtienen un crédito de libre configuración.
- **Las III Jornadas "Gestión del Capital Intelectual"** (días 9 y 10 de Noviembre de 2010). La acreditación, mediante diploma, de la asistencia a cada una de estas actividades da derecho a los alumnos de la Facultad a la obtención de un crédito de libre configuración.



NOVIEMBRE 2010

Seminario Universidad-Emprende'10, organizado por el Vicerrectorado de Relaciones Universidad-Empresa y la Confederación de Empresarios de Málaga, se desarrolla durante los días 3 y 4 de Noviembre. Además del ciclo de conferencias relacionadas con el fomento de la cultura emprendedora y la creación y gestión de empresas, se instaló un stand con aplicaciones informáticas multimedia interactivas, y un punto de información sobre gestión de empresas.



PROGRAMA DEL SEMINARIO

Emprendemos juntos

¿Cómo iniciar un negocio propio en España? La idea de ponerlo en marcha, el estudio de mercado, la búsqueda de socios, el asesoramiento de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), hasta la inscripción en el Registro Mercantil y la creación de la sociedad.

Tú eliges, tú decides

La oferta de **UNIVERSIDAD emprende'10** parte del interés de muchos jóvenes universitarios por desarrollar su propio negocio y de la necesidad de acceder al mundo de la empresa.

La CEA te anima a informarte y participar en las actividades programadas; puedes compararlo que creemos en tu idea, sobre la cual te asesoraremos, apoyados a que seas lo que quieres ser.

En nuestro stand encontrarás:

- Material didáctico e informativo para el emprendedor, como el **Programa de Asesoramiento a PYMES en CD-ROM**, el software de creación de empresas, la guía de creación de empresas, la guía de creación de empresas, la guía de creación de empresas, etc.
- Un área de información y asesoramiento en la que podrás recibir consultas a través de un **chat**.

Liderazgo

Por **Isabel María López, Belarmino y A. Jesús Pineda**

El éxito de la puesta en marcha de un proyecto empresarial reside, en gran medida, en las personas que lo protagonizan. Generalmente, una o varias personas son las que inician el camino del emprendimiento y cuando el proyecto avanza se van incorporando otras personas al equipo. El liderazgo es la capacidad de influir en otros para que actúen de una manera que contribuya al logro de los objetivos del proyecto.

Los emprendedores que desean ejercer ese liderazgo en su empresa deben respetar una serie de claves, que harán que su proyecto se convierta en un proyecto de éxito.

- Presentar el proyecto y mantener informado a los colaboradores.
- Dar feedback continuo.
- Implicar a las personas en la toma de decisiones.
- Asignar objetivos realistas.
- Reforzar actividades que ayuden a "crecer".

Director y Asesor de Operaciones de H&E Marketing & Consulting y Asesor de Operaciones de H&E Marketing & Consulting en CD-ROM, el software de creación de empresas, la guía de creación de empresas, la guía de creación de empresas, etc.

Empresarios para Andalucía

Técnicas de persuasión aplicadas a la creación de empresas

Por **José Hermida Llorca**

La creación de iniciativas empresariales sigue siendo vista, por una amplia mayoría de los académicos universitarios, como un mundo complejo, inseguro y para el que no se sienten adecuadamente formados.

Sin embargo, sabemos que incluso quienes tienen este punto de vista cuentan, o han contado alguna vez, con buenas ideas que posiblemente podrían resultar útiles para levantar un negocio o, como mínimo, crear el propio puesto de trabajo.

Liderazgo, motivación y formación son las tres claves principales que dirigen este proceso, que comienza por el posicionamiento de las propias ideas en la conciencia de los destinatarios del mensaje.

La Persuasión Aplicada es el primer capítulo para que los jóvenes universitarios se adueñen de la técnica que les permite y se convierten en capaces de aplicar la atención, estimular el interés, demostrar los hechos y convencer a las personas que se escuchan de que lo que proponen tiene sentido, es viable, y aporta beneficios no solo personales, sino culturales y sociales.

José Hermida es Periodista, escritor y experto en Comunicación Persuasiva. Liderazgo y Motivación, además de Asesor técnico de la revista Emprendedores. En su ponencia nos mostrará las técnicas de persuasión más comunes en la creación de empresas.

El valor de emprender

Por **EdUARDO BUSTO WILSON**

Para emprender cualquier proyecto en la vida se necesita valor y decisión. El valor requiere de entrenamiento y conocimiento para que la decisión tomada sea la más acertada posible. Sin dudar que el fracaso siempre le precede al éxito. Sin embargo, solo pueden fracasar aquellos que lo intentan, así que no hay que acobardarse ante nuevos retos sino salir en práctica las ideas, generalmente buenas, que se le ocurren a las personas emprendedoras en cualquier campo, hasta en los más humildes.

Más allá de las polémicas suscitadas en cuanto a la taurinaquia, hay que resaltar que la creación y gestión de una empresa posee similitudes directas con el mundo del torero. Al igual que en una empresa, el torero debe saber qué es lo que quiere hacer y quién va a formar parte de su proyecto. A partir de ahí tiene que planificar cómo va a llevar a cabo su idea, y dónde va a dirigirse para poner en marcha su carrera.

Por lo tanto, un torero es un emprendedor, es una empresa en sí. Necesita tomar decisiones, liderar un proyecto, establecer un plan de empresa, rodearse de un equipo eficaz, comercializar su producto y estar atento a la competencia.

EdUARDO BUSTO, maestro en taurinaquia, establecerá un paralelismo entre el mundo del toro y el mundo empresarial. Contará cómo se convirtió en un emprendedor, cómo agarró el mundo al fracaso, cómo necesitó rodearse de un equipo eficaz, cómo acortó a sus clientes.

Deporte y empresa

Por **Isabel María López, Belarmino y A. Jesús Pineda**

Desde que hace unos años los clubes de fútbol se transformaron en sociedades anónimas deportivas, surgió la necesidad de adaptar su gestión a las formas propias de una empresa, modificando su organigrama, realizando una planificación adecuada a sus objetivos y elaborando presupuestos de manera que hoy es tan importante la cuenta de resultados como los resultados deportivos.

Generalmente, las empresas deportivas tienen como objetivo principal potenciar todas las habilidades para administrar correctamente los proyectos recreativos y deportivos. En su gestión deben identificarse oportunidades para liderar una empresa sostenible.

Además, como en cualquier organización, los recursos humanos forman parte sustancial de la gestión de una empresa deportiva; desde los puestos administrativos hasta los fichajes más sobresalientes y conocidos son objeto de una adecuada planificación. La empresa deportiva no solo debe tener grandes resultados en competición, sino también económicos.

Miranda es Director Deportivo del Sevilla F.C. Desde sus inicios como gestor hasta llegar al cargo que ocupa hoy en la entidad deportiva, ha trascendido un valioso tiempo en el que ha adquirido gran experiencia en la gestión de los recursos humanos de una empresa. En esta ponencia nos mostrará cómo es el día a día de una organización deportiva y las particularidades que presenta en la gestión de su capital humano.

Redes Sociales: ¿Oportunidad, mal necesario o pérdida de tiempo?

Por **Carlos Alarcón Barrera**

El objetivo de la Web 2.0 es más bien una actitud que una tecnología, es decir, como site en la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones Web enfocadas directamente al usuario final.

El mundo Web evoluciona al ritmo que marcan sus usuarios gracias, fundamentalmente, al bajo coste de la tecnología que permite crear nuevos usos. En los últimos años han aparecido nuevos canales de comunicación a través de la Web 2.0. (Blogs, wikis, etc.), donde destacan aspectos tan importantes como la participación y la bidireccionalidad entre empresa y usuario directo, sin intermediarios.

Pero no ha sido hasta muy recientemente cuando algunas empresas han decidido integrar la herramienta del Social Media Marketing en las estrategias comunicativas de sus departamentos de marketing y comunicación, con el fin de distribuir sus contenidos o información de una manera efectiva y eficaz a través de los sitios de participación social, integrando actividades tecnológicas, de interacción social y construcción de palabras e imágenes.

Carlos Alarcón, Director de Operaciones de H&E Marketing & Consulting y Asesor de Operaciones de H&E Marketing & Consulting en CD-ROM, el software de creación de empresas, la guía de creación de empresas, la guía de creación de empresas, etc. En esta ponencia nos mostrará las posibilidades de las Redes Sociales para la empresa.

SE BUSCA... joven emprendedor, entusiasta y dinámico



CONFERENCIA SEMANA CULTURAL NOVIEMBRE 2010

Ciclo de conferencias: “Marketing: Un área en continua evolución”, que se celebró el día 2 de noviembre de 2010 contó con la participación de D. Sergio Rodríguez, creador de lahistoriadelapublicidad.com y D. Luís Berango, Presidente de B Grupo. La primera de las conferencias tuvo por título “¿Y si Rafa Nadal no supiera quién es Manolo Santana?”, que fue impartida por Sergio Rodríguez, antiguo alumno de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales. La jornada se cerró con la conferencia titulada “Grandes torpes del marketing. Todo lo que odio de clientes, proveedores y de mí mismo”, impartida por Luís Berango, Presidente de Bgrupo.

Jornadas Gestión del Capital Intelectual

La innovación de los intangibles

PROGRAMA MARTES 9 DE NOVIEMBRE 2010

9:15H-9:30H Apertura oficial de las jornadas.
9:30H-11:00H “¿Qué competencias se buscan en las empresas del siglo XXI?”
D. Miguel Ángel Romero
Director General HRCS (Consultora de RR.HH.)

11:00H-11:30H Descanso.
11:30H-13:00H “La carrera profesional y el desarrollo de personas”.
D. Rafael Montesinos Terriza
Director de Selección, Formación y Desarrollo de RR.HH. Unicaja

PROGRAMA MIÉRCOLES 10 DE NOVIEMBRE 2010

9:30H-11:00H “¿Por qué demonios me mandas un word?”
www.porquedemoniosmemandasunword.com
Sergio García y Saúl Ioffe
Doctor Jekyll Laboratorio Multimedia

11:00H-11:30H Descanso
11:30H-13:00H “En busca del curriculum 2.0” - Taller
Sergio García y Saúl Ioffe
Doctor Jekyll Laboratorio Multimedia

13:00H-13:15H Clausura oficial de las jornadas.

Directores: Fuensanta Galindo Reyes y José María de la Varga Salta, del Departamento de Economía y Administración de Empresas.



CONFERENCIA SEMANA CULTURAL NOVIEMBRE 2010

III Jornadas “Gestión del Capital Intelectual: la innovación de los intangibles” (días 9 y 10 de Noviembre), organizadas por los profesores de la Facultad Fuensanta Galindo Reyes y José M^a de la Varga. Las charlas versaron sobre la importancia de la innovación y del valor de los intangibles dentro de las organizaciones. La apertura oficial ha sido presidida por D. Francisco Cantalejo, Ilustrísimo Sr. Decano de la Facultad de Comercio y Gestión, por D. Enrique Nadales, Director del Instituto Municipal para la Formación y Empleo del Ayuntamiento de Málaga, organismo que por tercer año consecutivo ha patrocinado estas Jornadas, y por Doña Francisca Parra, Directora del Departamento de Economía y Administración de Empresas. En esta ocasión, las Jornadas contaron con la participación de D. Miguel Ángel Romero, Director General de HRCS (Consultora de RR.HH.), que ha intervenido con la ponencia “¿Qué competencias se buscan en las empresas del siglo XXI?” y con D. Rafael Montesinos, Director de Selección, Formación y Desarrollo de RR.HH. de Unicaja, con la conferencia “La carrera profesional y el desarrollo de personas”. También ha participado la Agencia de Comunicación, Doctor Jekyll Laboratorio Multimedia, con la ponencia “¿Por qué demonios me mandas un Word?” y con la realización del taller “En busca del curriculum 2.0”. Todos ellos excelentes profesionales, que han trasladado durante estos días su visión y experiencia al alumnado, que ha tenido la oportunidad de intercambiar inquietudes y opiniones con ellos. Este ciclo de conferencias contó con la asistencia de más de 300 alumnos.

III Jornadas Gestión del Capital Intelectual

La innovación de los intangibles

9 y 10 de Noviembre de 2010



1 CRÉDITO DE LIBRE CONFIGURACIÓN*

Hora: de 9:00 a 14:00 horas.
Lugar: Salón de Actos del Complejo de Estudios Sociales y Empresariales.
*Para alumnos del Complejo de Estudios Sociales y Empresariales y la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

¡INSCRIPCIÓN GRATUITA!
 Viernes 22 y martes 26 de Octubre (10:00h) en el despacho 2-1-65D (Complejo de Estudios Sociales y Empresariales).
Plazas limitadas.




NOVIEMBRE 2010

El Concurso de fotografía: **“Nuestro centro: Otro tiempo, otra mirada”** Dirigido a Alumnos, PAS y PDI de la Facultad de Comercio y Gestión, que cierra el plazo de presentación de fotografías el 9 de noviembre de 2010. El primer premio ha recaído en la foto **“Panorámica de la Complejidad”**, obra de la alumna **Dña. Adelina Moreno González**. La segunda obra más valorada por el jurado ha sido **“Simetría”** y el premio del público ha recaído en la foto **“Reflejos”**. En el concurso han participado 19 personas quedando representados todos los colectivos, PDI, PAS, Alumnos, etc. que forman parte del Centro. El número total de obras presentadas ha sido de 57.



Entrega del Premio diciembre 2010.



Exposición de las Fotos del concurso junto al Decanato de la Facultad de Comercio y Gestión.



Primer premio: "Panorámica de la Complejidad". Dña. Adelina Moreno González.



Segundo premio del público "Reflejos". Dña. M^a Jesús Ruiz Gutiérrez



Tercer premio: "Simetría". Don Juan Manuel Cantero.



NOVIEMBRE 2010

El Servicio Central de Informática de la UMA completa los trabajos relativos a la puesta en servicio de la red wifi en todo el edificio del Complejo de Estudios Sociales y Empresariales.

Universitarios *Estamos a tiempo!* por una Economía más Justa

Jornadas	Cine foro
17 de noviembre de 2010 10.30-12.30 horas. Módulo 1. Objetivos del Milenio: una visión crítica. Plataforma 2015 y más. 12.30-14.30 horas. Módulo 3. Responsabilidad Social Corporativa (RSC), inversiones éticas y financiación alternativa: principios para una economía justa. Economistas sin Fronteras.	17 de noviembre de 2010 16.00-20.00 horas. Cine forum: "Sicko" 18 de noviembre de 2010 18.30-14.00 horas. Cine forum: "Memorias del saqueo"
18 de noviembre de 2010 15.30-17.30 horas. Módulo 2. Globalización neoliberal: un análisis crítico. Attac-España. 18.30-20.30 horas. Módulo 4. Consumo Responsable. Ecologistas en Acción.	Lugar: Salón de Grados del Complejo Económico y Social. Facultad de Comercio y Gestión Para inscripciones y más información contactar con: Economistas sin Fronteras inscripciones@econfron.org www.econfron.org

Organizan: Economistas sin Fronteras, ATTAC España, Plataforma 2015 y más, Ecologistas en Acción. Financia: Economistas sin Fronteras.

NOVIEMBRE 2010

Jornadas "UNIVERSITARIOS POR UNA ECONOMÍA MÁS JUSTA", celebradas el 17 y 18 de Noviembre de 2010 en nuestra facultad, organizadas por Economistas sin Fronteras y la Facultad de Comercio y Gestión, con la Alberto A. López Toro. Se abordaron temas como la Responsabilidad Social Corporativa, la globalización y el consumo responsable, y los Objetivos de Desarrollo del Milenio, impartidas por ATTAC España, la Plataforma 2015 y más, Ecologistas en Acción, y Economistas sin fronteras. Además, se proyectaron las películas Sicko y Memorias del Saqueo, y se llevaron a cabo sendos cine forum.



DICIEMBRE 2010

El pasado 14 de diciembre de 2010, la Junta de Facultad le impuso la insignia de oro al profesor Dr. D. Juan Antonio Lacomba Avellán por su trayectoria profesional vinculada a la Universidad de Málaga y en particular a este Centro. Juan Antonio Lacomba Avellán es natural de Chella (Valencia), donde nació en 1938, pero su carrera profesional está vinculada a la comunidad andaluza y muy especialmente a la provincia de Málaga, en cuya Universidad ejerció como catedrático de Teoría e Historia Económica. Comenzó a impartir docencia en la Universidad de Valencia en el año 1960, pasando a dar clases en la Universidad de Málaga desde 1966 hasta el 30 de Septiembre de 2008, cuando se jubila. Licenciado en Filosofía y Doctor en Historia, presidente del Ateneo de Málaga a principios de la década de los 80, investigador del andalucismo histórico y de la economía regional, Juan Antonio Lacomba ha publicado numerosos obras relacionadas con la historia económica de Málaga, Andalucía y España. En la imagen, el Decano de la Facultad de Comercio y Gestión, Don Francisco Cantalejo García, le impone la insignia.



DICIEMBRE 2010

Campaña de recogida de alimentos en diciembre de 2010, a beneficio de BANCOSOL y en colaboración con el Vicerrectorado de Bienestar Social e Igualdad. Durante los meses de noviembre y diciembre, la Facultad de Comercio y Gestión, especialmente con el apoyo de la conserjería, participa de esta campaña destinada a cubrir las necesidades básicas de los más necesitados de la ciudad, en unas fechas tan señaladas como la Navidad.



DICIEMBRE 2010

Convenio marco de colaboración con el Club de marketing, firmado por la rectora y el presidente del Club de Marketing, para la ejecución de proyectos y programas conjuntos de investigación, el desarrollo de actividades formativas relacionadas con el sector empresarial y de marketing en todas sus ramas, a través de seminarios, conferencias, mesas redondas y similares y fomentará la realización de un programa de prácticas en empresas para los estudiantes del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Asimismo, el convenio fomentará el intercambio de información y documentación sobre las actividades y materias que desarrollen ambas instituciones; así como la posibilidad de asociarse en el desarrollo de proyectos comunitarios, nacionales o regionales. Gracias a esta colaboración se podrá utilizar el equipamiento y los medios técnicos e instrumentales de ambas partes para el desarrollo de las actividades que lo requieran, y para la adquisición de equipamiento y medios, conforme al régimen que se establezca en los convenios específicos o contratos a que diera lugar el convenio marco.



ENERO 2011

Concierto de Reyes. La Joven Orquesta Provincial de Málaga, 8 de enero de 2011, un interesante Concierto en el Salón de Actos de esta Facultad. Dirigida por Ángel Luis Pérez Garrido, incorporó en la segunda parte del programa a los músicos de la Orquesta Escuela: La Joven Orquesta Provincial de Málaga. El acto estuvo presidido por el decano de la Facultad, Francisco Cantalejo García y contó con la asistencia del Sr. Alcalde D. Francisco de la Torre así como numerosos representantes políticos de la Excma. Diputación. La primera parte del programa se centró en dos obras de compositores rusos: “1812”, de P.I. Tchaikovsky y “Capricho español”, de N.R. Korsakov. La segunda parte, estuvo integrada por “Tuttifachten”, de P. Hindemith, la “Marcha Radetzky”, de R. Strauss y el “Danzón nº 2” de A. Márquez. La Joven Orquesta Provincial tiene como fin primordial fomentar la afición musical entre los jóvenes malagueños y ofrecer una posibilidad de completar los estudios de los niños y jóvenes alumnos de los conservatorios, ofreciéndoles una posibilidad de iniciarse, prepararse y especializarse en la práctica colectiva de la música.



FEBRERO 2011

El 25 de Febrero en la Facultad de Comercio y Gestión tuvo el honor de recibir al profesor emérito Dr. Jose Luis Pariente Fragoso que impartió la conferencia titulada “La investigación en Gestión y Organizaciones en México” El Dr. Pariente es profesor emérito de la Universidad Autónoma de Tamaulipas y en la actualidad ocupa el cargo de Director de la División de Postgrado e Investigación en la Dirección General de Innovación Tecnológica en el Centro de Excelencia de esa institución educativa. Nació en Vigo, provincia de Pontevedra, en España. Nacionalizado mexicano reside en Tamaulipas desde 1972. Estudió la carrera de Arquitecto en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Realizó sus estudios de postgrado en la Universidad Autónoma de Tamaulipa, donde obtuvo los grados de Maestro en Administración y Doctor en Educación Internacional. Diplomado en Políticas Públicas y Gobierno Local y es también candidato al grado de Maestro en Administración Pública por la misma institución. Profesor-investigador en la UAT, fue instructor externo del Centro de Capacitación de Kodak Mexicana donde terminó sus estudios de Maestría en Fotografía Profesional. Es autor, coautor de veinte libros y más de 50 artículos en diversas revistas especializadas. El Dr. Pariente ha desempeñado diversos cargos directivos en los tres ámbitos de gobierno de la administración pública del país.

SEMINARIO

Marca Personal: tu mejor marca

02 - Febrero
2011

Salón de Actos de ESIC - C/Severo Ochoa, 49
18:00 a 19:30h. PTA - Campanillas (Málaga)

A cargo de: Dña. Joleine Mudde
Profesora de ESIC Business&Marketing School
Asesora en Orientación y Desarrollo Profesional.
Coach Ejecutivo ACC por ICF

Precio: Asociados Club de Marketing de Málaga (Gratis)
No Asociados: 19,90€

Inscripciones: 3058.0751.08.2720155661
Más info: info@cmarketingmalaga.org

Organiza:  Marketing Málaga
estableciendo necesidades...

Patrocina:  cajamar

Colabora:  ESIC



FEBRERO 2011

El 2 de febrero tuvo lugar el Seminario “Marca Personal: tu mejor marca”, al que los alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados podrán asistir de manera gratuita, de acuerdo al convenio firmado el pasado mes de diciembre entre el Club de Marketing de Málaga y la Rectora de nuestra Universidad. Este Seminario, impartido por D^a Joleine Mudde, Asesora en Orientación y Desarrollo profesional, Coach Ejecutivo ACC por ICF y Profesora de ESIC Business&Marketing School. Lugar: en el salón de actos de ESIC, en el Parque Tecnológico de Málaga, sito en C/ Severo Ochoa, 49, Campanillas.

Cursos sobre cooperación al desarrollo

Segundo Cuatrimestre 2010-2011

III curso de **Comunicación para el Desarrollo y para la Paz**

25 de febrero al 12 de marzo de 2011

IV curso de **Introducción a la Educación para el Desarrollo**

18 de marzo al 2 de abril de 2011

II curso de **Administración de Entidades no lucrativas**

29 de abril al 14 de mayo de 2011

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

20 de mayo al 4 de junio de 2011



Plazas limitadas

Matrícula: 55 euros

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



Organiza

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Colaboran



FEBRERO 2011

Cursos sobre Cooperación al desarrollo impartido en este segundo cuatrimestre, coordinador de movilidad para la cooperación al desarrollo:

- III Curso de Comunicación para el Desarrollo y para la paz. 25 de Febrero al 12 de marzo de 2011.
- IV Curso de Introducción a la Educación para el Desarrollo. 18 de marzo al 2 de abril de 2011.
- II Curso de Administración de Entidades no lucrativas. 29 de abril al 14 de mayo de 2011.
- IX Curso de Gestión de Proyectos de Cooperación para el Desarrollo. 20 de Mayo al 4 de junio de 2011.



MARZO 2011

El 11 de marzo de 2011 tuvo lugar una conferencia titulada “La normativa sobre protección de datos de carácter personal: el supuesto específico de las comunidades de propietarios y los administradores de fincas”, dentro del marco de la titulación propia que se imparte en este centro “Graduado en Estudios Inmobiliarios” a cargo de D^a. Vanesa Cuquejo Mira, abogada. En esta jornada formativa se dio respuesta a numerosas preguntas sobre la definición de la ley Orgánica de Protección de Datos, quien tiene la obligación de cumplirla: clientes, trabajadores, empresas colaboradoras, administraciones públicas, etc., se definieron las obligaciones exactas que dicha ley impone, se analizaron las particularidades que se presenta para el caso específico de las Comunidades de Propietarios y los Administradores de Fincas, así como las consecuencias del incumplimiento de esta normativa. Todo ello con una serie de supuestos reales resueltos por la Agencia Española de Protección de Datos.



MARZO 2011

El Vicedecanato de Relaciones Externas convoca el 17 de marzo de 2011 la reunión para adjudicación de las plazas de la beca Erasmus. La reunión tuvo lugar en la Sala de Juntas de esta Facultad de Comercio y Gestión.



Acto de graduación de la X promoción de Estudios Inmobiliarios, Colegios de Administradores de Fincas.

MARZO 2011

El 11 de marzo de 2011 tuvo lugar en la sede del Colegio de Administradores de Fincas de Málaga el Acto de Clausura y Graduación de la X Promoción de este Título Propio de la Universidad de Málaga. El acto fue presidido, en representación de la Rectora, por el Gerente de la Universidad de Málaga, D. José Molina Ruíz, acompañado por D. Francisco Cantalejo García, Director de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales y por D. Marcelo Cambló Mora, Presidente del Colegio de Administradores de Fincas de Málaga y D. Salvador Molina Ruíz, Vicedecano de Relaciones Externas. Durante el transcurso del acto se impuso a los nuevos Graduados en Estudios Inmobiliarios la simbólica beca conmemorativa y se les hizo entrega por parte de la Junta Directiva del citado Colegio Profesional del escudo de dicha institución. De esta forma, los nuevos Graduados en Estudios Inmobiliarios, tras haber cursado y superado durante tres años todas las materias que constituyen el plan de estudios, se encuentran en posesión de un Título que les habilita para el ejercicio de la profesión de Administrador de Fincas, tras su correspondiente colegiación en cualquier de sus demarcaciones territoriales.



Acto de graduación de la X promoción de Estudios Inmobiliarios, Colegios de Administradores de Fincas.



MARZO 2011

Las jornadas Comprometidos, celebradas los días 14, 15, 21 y 22 de marzo, organizadas por la Facultad de Comercio y Gestión y la ONG Médicos sin Fronteras (MSF). En ella se mostró qué es MSF y la atención de esta ONG en conflictos armados. También se explicó cómo se financia MSF y se habló de las Campañas de Marketing y Sensibilización. Para terminar se hablaron de las Enfermedades Olvidadas, y de MSF en las emergencias, con experiencias personales de algunos miembros de MSF en misiones.

El Administrador 11 noticias MÁLAGA

NUEVOS ADMINISTRADORES DE FINCAS, FORMADOS POR LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA PARA EL EJERCICIO

EL COLEGIO DE ADMINISTRADORES DE FINCAS DE MÁLAGA ACOGE A LOS PROFESIONALES DE LA DÉCIMA PROMOCIÓN DE ESTUDIOS INMOBILIARIOS, DÁNDOLES LA BIENVENIDA A SU COLEGIO Y A LA LABOR PROFESIONAL

Un nuevo año el Colegio de Administradores de Fincas de Málaga acogió a los nuevos profesionales formados en Estudios Inmobiliarios por la Universidad de Málaga. En esta ocasión fue la décima promoción de este Título Propio quien recibió la acogida del colectivo y participó en el acto de imposición de becas, un encuentro que tuvo lugar en el salón de actos del Colegio de Málaga el 11 de marzo de este año 2011.

Tanto representantes de la Universidad de Málaga como del Colegio de Administradores de Fincas fueron los encargados del desarrollo de este acto de gran repercusión para el colectivo. Por parte de la Universidad de Málaga, la mesa presidencial contaba con la presencia de: José Molina Ruiz, Gerente de la UMA y con Francisco Cantalejo García - Decano de la Facultad de Comercio y Gestión- y Salvador Molina Ruiz -Vicedecano de Relaciones Externas

de la Facultad de Comercio y Gestión-. Asimismo, en representación del Colegio, estuvieron presentes en la mesa: Marcelo Fco. Cambió Mora, Presidente de este Colegio, y Alejandro Pestaña Santisteban, Vicepresidente del mismo. Todos ellos dieron la bienvenida a los nuevos profesionales y les realizaron la imposición de las becas. Por su parte, el Colegio de Administradores de Fincas les hizo entrega del escudo colegial.




Noticia en El administrador, X promoción de Estudios Inmobiliarios, Revista del Ilustre Consejo Andaluz de Colegios de Administradores de Fincas. Número 47. Marzo de 2011.

Club de Marketing se alía con Comercio

CONVENIO

■ **S. G. CORTIJO.** El pasado martes, la Facultad de Comercio y Gestión presentó a sus alumnos el convenio de colaboración que se firmó en septiembre entre este centro y el Club de Marketing de Málaga. Según informó el profesor de este centro, Benjamín del Alcázar, este acuerdo beneficiará a los estudiantes a la hora de realizar los seminarios, cursos y talleres que organice este club «de forma gratuita». «Con este convenio pretendemos aumentar las actividades conjuntas entre la UMA y el

Club para acercar el entorno profesional del marketing a los alumnos que están cursando esta nueva carrera», añadió. Además, Del Alcázar señaló que este acuerdo entre el Club de Marketing y la facultad de Comercio y Gestión «ayudará a los alumnos que cursan este grado a la hora de realizar sus prácticas, pues se facilitarán los convenios con las empresas». «Asimismo, cuando estos estudiantes terminen la carrera tendrán la posibilidad de obtener asesoramiento por parte del Club de Marketing», agregó.



Presentación. ■ CRÓNICA

MARZO 2011

Noticia Diario Sur de Málaga, 15 de marzo de 2011.



MARZO 2011

Convenio marco de colaboración con BGrupo para la realización de actividades conjuntas, especialmente orientadas a los alumnos y futuros titulados de la Facultad de Comercio y Gestión. El convenio marco recoge la ejecución de proyectos y programas conjuntos de investigación, el desarrollo de actividades formativas relacionadas con el sector empresarial en todas sus ramas, entre las que destacan la organización de seminarios y conferencias sobre marketing y habilidades directivas y de comunicación, la organización de una feria de empleo o la colaboración en el desarrollo de programas de postgrado, entre otras. BGrupo es una importante corporación empresarial de ámbito internacional que cuenta con catorce empresas, entre las que destacan Alfaro y Berango, Agencia de comunicación y marketing; Mecos, como central de medios; Touché creatividad, Talkings y Sabvia, en el ámbito de la formación de alto nivel; Cuadrarte, en diseño y decoración, o Notable Alto, en gestión de eventos y congresos, entre otras.

Acuerdo con BGrupo para investigar en comunicación y marketing

CRÓNICA

La Universidad de Málaga y la empresa BGrupo firmaron el viernes 20 de mayo un convenio de colaboración que incluye la realización de actividades conjuntas relacionadas con la investigación, el desarrollo, la innovación y la formación, especialmente en el campo de la comunicación y el marketing. El acuerdo, firmado por la rectora Adelaida de la Calle y Luis Berango, administrador único de Alfaro y Berango S.L., la empresa matriz de BGrupo, contiene unas cláusulas en las que se especifican que se hará hincapié en las actividades desarrolladas por la Facultad de Comercio y Gestión, cuyo decano, Francisco Cantalejo, también estuvo presente.

Algunos de ellos será la ejecución de proyectos de investigación, la prestación de servicios técnicos, el desarrollo de seminarios que complementen la formación de los alumnos y la puesta en marcha de un programa de prácticas profesionales de estudiantes en empresas.

MAYO 2011

Noticias crónica Universitaria, 24 de mayo de 2011.



SEMINARIO: Marketing de Ciudades "La marca Ciudad"

A cargo de: D. José María Cubillo Pinilla
Director del Área Académica de Marketing
Estratégico y Profesor de ESIC, Business &
Marketing School

Precio: Gratuito (Socios/as Club de
Marketing de Málaga y alumnos/as Facultad
Comercio y Gestión - UMA)
19,90€ (No socios)

Inscripciones: Ingresar en Cajamar
3058.6751.08.2720155661

Más info: info@cmarketingmalaga.org ó 670 766 824
www.cmarketingmalaga.org

Organiza:  **Patrocina:**  **Colabora:**  

**30 de Marzo
2011** - 18:30 a 20:00h

**Salón de Actos de
ESIC-C/Severo Ochoa
49 (PTA)-Málaga**



MARZO 2011

El 30 de marzo de 2011 tuvo lugar el seminario titulado "Marketing de ciudades" al que los alumnos del Grado en Marketing podrán asistir de forma gratuita, en virtud al convenio firmado el pasado mes de diciembre entre el Club de Marketing de Málaga y la Rectora de nuestra Universidad. El Seminario fue impartido por D. José María Cubillo Pinilla, Director del Área Académica de Marketing Estratégico y profesor de ESIC, Business & marketing School. La charla tuvo lugar en el salón de actos de ESIC, en el Parque Tecnológico de Málaga.

CONFERENCIA:
**CONCILIACIÓN,
PRODUCTIVIDAD
Y HORARIOS**

V CICLO "Horarios Racionales"

La necesidad de unos horarios racionales tiene como objetivos prioritarios conciliar nuestra vida personal, familiar y laboral, aumentar la productividad y, en definitiva, dar mayor valor al tiempo.

A cargo de:
IGNACIO BUQUERAS
Presidente de la Comisión Nacional para la Racionalización de los Horarios Españoles y de ARHOE

Martes 12 de abril 18:30h

Salón de actos de ESIC
c/ Severo Ochoa 49, PTÁ Málaga

Precio:
Gratuito (asociados Club de Marketing de Málaga)
19,90 € (no socios)

+ info:
info@marketingmalaga.org
670766824
www.clubcmk.org/malaga.org

Organiza: **Marketing Málaga** Patrocina: **cajamar** Colaboran: **ARHOE** **ESIC** **EL CUARTE**



ABRIL 2011

El 12 de abril tuvo lugar la conferencia "Conciliación, productividad y horarios" dentro del "V ciclo de horarios racionales" a la que los alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados podrán asistir de manera gratuita, de acuerdo al convenio firmado el pasado mes de diciembre entre el Club de Marketing de Málaga y la Rectora de nuestra Universidad. Este ciclo, impartido por Dº Ignacio Buqueras, Presidente de la Comisión Nacional para la Racionalización de Horarios Españoles y de ARHOE, tendrá lugar en el salón de actos de ESIC, en el Parque Tecnológico de Málaga.



ABRIL 2011

El 28 de Abril de 2011 tuvo lugar la conferencia titulada "Planificación, seguimiento y evaluación de las Universidades Mexicanas", en la Sala de Grados de la Facultad de Comercio y Gestión, en colaboración con el Departamento de Contabilidad y Gestión. Impartida por prestigiosos profesores de reconocido prestigio y gran recorrido profesional por las diferentes universidades mexicanas. Dª. Claudia Rocío González Pérez, Lic. Ciencias de la Comunicación/ Maestría en estudios organizacionales/ Doctora en Ciencias de la Gestión, Jean Moulin 3 Lyon Francia. Estudios Organizacionales, UAM-I México etc. Y D. Pedro Constantino Solís Pérez. Profesor-Investigador Titular "C". Licenciado en Administración por la Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración en México, Distrito Federal. Doctorado en Estudios Organizacionales por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. Maestría en Administración Hautes Etudes Commerciales, HEC-CESA, etc.



ABRIL 2011

Participación en Destino UMA, Jornadas de Puertas Abiertas que se desarrolló durante los días 6, 7 y 8 de abril de 2011 en el Complejo Deportivo de la Universidad de Málaga, Campus de Teatinos. En el stand de la Facultad de Comercio y Gestión han colaborado catorce alumnos del centro seleccionados en octubre, donde informaban a alumnos de bachillerato que mostraban interés por los Grados en Marketing e Investigación de Mercados y Gestión y Administración Pública y por el resto de títulos que se imparten en el centro (Graduado en Estudios Inmobiliarios y los títulos de Experto y Master). También se realizaron visitas guiadas y charlas informativas.



ABRIL 2011

El 28 de abril tuvo lugar en el Salón de Actos de la Facultad de Comercio y Gestión el evento que reúne a los antiguos alumnos, profesores y colaboradores del Master de Marketing. En esta edición el acto contó con la intervención del Sr. D. Javier Caballero, Director Gerente de ABC, quién impartió la conferencia denominada “Estrategias de Marketing: El caso de ABC”. Tras la misma se desarrolló una mesa redonda en torno a los “Nuevos retos de la comunicación en Marketing” en la que también intervinieron D. Fernando Ocaña, Presidente de TAPSA, D. Eduardo Zaldívar, Director de Comunicación corporativa de Heineken España y D. Joaquín Cestino, Director de Marketing de diario SUR de Málaga.



ABRIL 2011

Jornadas Universidad empresa titulada “Acercando la empresa a la universidad” realizadas el día 27 de abril en el Salón de actos de la Facultad, organizadas por el Vicerrectorado Universidad-Empresa, la Confederación de Empresarios y la Asociación de Jóvenes Empresarios. Intervendrán empresarios malagueños de distintos sectores económicos, para contar sus experiencias empresariales. Los alumnos de la Facultad de Comercio y Gestión que acreditaron, mediante diploma, la asistencia a estas jornadas obtuvieron un crédito de libre configuración. Se recibieron 512 solicitudes, 1.577 asistentes a todas las charlas, con una media de 225 alumnos por charla.



Comercio

La facultad se adentra en Bolonia con un nuevo grado en Marketing

ACTUALIDAD CENTROS

SARA G. CORTIJO

la crónica@diariosur.es

En un edificio dimensionado para Bolonia, la Facultad de Comercio y Gestión se estrena en el nuevo plan de estudios con la implantación de un nuevo grado en Marketing e Investigación de Mercados.

Este título, que cuenta con un total de 358 alumnos, cubre una carencia que había en Málaga, donde existen muchas empresas comerciales, expresó el decano de este centro, Francisco Cantalejo, quien explicó que, aunque este máster esté especializado en Marketing, su formación abarca todo el área comercial de la empresa.

Este grado, que también se imparte en las Universidades de Granada, Sevilla y Almería, «anteriormente solo existía como un segundo ciclo».

En cuanto al diseño del edificio, el decano de este centro expresó que existen «algunos fallos», pero que la mayoría están en vías de solución. Uno de ellos, que ya está en proceso de corregirse y que Cantalejo destacó, fueron las ventanas abatibles que hay en la parte superior del pasillo central de la facultad, que según el mismo declaró, «no se pueden cerrar y a través de ellas entra frío y lluvia». «Los problemas que pueda tener el edificio no son de diseño, sino de sentido común e inversión», añadió.

«Hay que optimizar y gestionar los recursos existentes; cuando se estrena un edificio nuevo es normal que surjan problemas de habitabilidad», manifestó.

Según apuntó Cantalejo, el ajardinamiento y la decoración interior, la rotulación del centro, así como la sustitución de la zona de guijeros situada junto a la cafetería por una ajardinada son algunas de las mejoras que se van a llevar a cabo en este centro universitario.

De acuerdo a las declaraciones de este responsable,

EL CENTRO

DATOS

► **Alumnos.** Esta facultad cuenta un total de 2.439 estudiantes matriculados. 1.762 pertenecen a la diplomatura de Empresariales, 246 a la de Gestión y Administración Pública, 358 al grado en Marketing e Investigación de Mercados, y 73 al grado en Gestión y Administración Pública.

► **Profesores.** En Comercio y Gestión imparten clase unos 150 docentes.

ya existe un presupuesto para ajardinar el interior de este centro con el objetivo de instalar algunas plantas en el hall así como en el pasillo central.

La decoración es otro de los asuntos pendientes de este decanato, que pretende dar vida a este espacio con la colocación de imágenes y cuadros tanto en el pasillo como en otros lugares del edificio, como el salón de actos. «Nuestra intención es instalar algunos rótulos en los pasillos blancos de la facultad, para lo que convocaremos un concurso de ideas entre los alumnos», anunció Francisco Cantalejo.

La rotulación de la fachada de este centro en el lateral que da a la autovía es otro de los asuntos pendientes, según apuntó el decano, quien recordó que el mismo arquitecto que se encargó del diseño de la facultad, Luis Machuca, ya ha diseñado los rótulos que se instalarán en la parte exterior del edificio.

El espacio que hay al aire libre situado al lado de la cafetería, es otro de los que mejorará. «Vamos a quitar los guijeros para sustituirlos por solería con la pretensión de convertirla en una terraza



Entrada de la Facultad de Comercio y Gestión, situada en los terrenos de ampliación del campus de Teatinos. s.e.c.

que dependa de cafetería en la que los alumnos puedan disfrutar de los días de sol», expresó Cantalejo.

Apuesta por el inglés

Con el objetivo de que sus alumnos logren alcanzar el nivel B1 en lengua extranjera exigido por el Plan Bolonia, esta facultad ofrece la posibilidad de cursar una asignatura optativa en inglés a

sus alumnos de Empresariales. «Esta asignatura ofrece a los universitarios la posibilidad de estudiar un inglés especializado en empresas», apuntó.

Por otra parte, el decano expresó su deseo de que hubiera autobuses que llegaran directamente a esta zona del campus y que los estudiantes no tuvieran que hacer transbordo para poder acudir a su facultad.

OFERTA DE ESTUDIOS

La Facultad de Comercio y Gestión ofrece a sus alumnos diversos títulos propios. El más antiguo de ellos es el de 'Graduado en Estudios Inmobiliarios',

que se imparte desde hace trece años.

El máster de 'Marketing de Negocios', que nació hace nueve años, es otro de los títulos que se encuentran en la oferta de estudios de este centro.

El máster en Gestión y Promoción de Centros Comerciales, de reciente creación, integra en su

clan de profesores a docentes del ámbito universitario como a profesionales de los principales grupos empresariales.

«Experto en Tasación e Intermediación Inmobiliaria» así como el máster en 'Tasación e Intermediación Inmobiliaria' son otros de los títulos que se ofertan.

SALÓN DE GRADOS

Un espacio para conferencias y cursos

Además del salón de actos, este centro cuenta con un salón de grados, que dispone de un total de 52 plazas. Aunque originariamente este espacio está destinado a la lectura y defensa de tesis doctorales, también se utiliza para conferencias, seminarios y cursos de diversa índole.



SALAS DE INFORMÁTICA

Dos aulas de informática con 120 ordenadores

El Complejo de Estudios Sociales y Empresariales cuenta con cuatro aulas de informática, totalmente equipadas, de las que dos pertenecen a la Facultad de Comercio y Gestión. Cada una de estas aulas dispone de 60 puestos de ordenadores de los que pueden disfrutar los alumnos a cualquier hora del día.



«Pasar de los barracones a aquí ha sido un cambio significativo»

Fuentsanta Galindo Profesora de Recursos Humanos

S. G. C.

«Hemos ganado en instalaciones, las clases son mejores, contamos con aulas de estudio, un enorme salón de actos, despachos individuales para los profesores y parking cubierto tanto para docentes como para alumnos», manifestó la profesora de Recursos Humanos, Fuentsanta Galindo, quien reconoce que al mudarse de los antiguos barracones al nuevo edificio «se ha ganado en instalaciones».

Sin embargo, esta docen-

te se quejó del «difícil acceso» que tienen los despachos de los departamentos. «Si quedamos con alguien que viene de fuera tenemos que acompañarlos porque si no se pierden», expresó Galindo.

Las zonas verdes fueron otras de las reclamaciones de esta docente, quien también lamentó que la mayoría de las aulas cuenten con bancas fijas que «impiden la realización de los trabajos en grupo que fo-

menta el Espacio Europeo». Otro de los asuntos que Galindo destacó fue la incertidumbre acerca de qué pasará con las optativas. «No sabemos si estas asignaturas desaparecerán a medida que pasen los años con el Plan Bolonia», añadió.

«Ahora mismo no hay muchas optativas y se matriculan muchos alumnos en ellas», expresó Galindo.



«La asignatura optativa en inglés debería ser obligatoria»

María Jesús Ruiz Estudiante de 3º de Empresariales.

S. G. C.

El diseño del nuevo edificio fue una de las principales quejas que la estudiante de 3º de Empresariales María Jesús Ruiz destacó acerca de esta facultad, que calificó de «fría e impersonal».

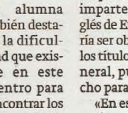
«No hay plantas, ni cuadros ni colores que den un poco de vida a este centro», lamentó Ruiz, quien también se quejó del tamaño de las aulas, que ese que-

dan pequeñas para realizar exámenes».

Esta alumna también destacó la dificultad que existe en este centro para encontrar los despachos de los profesores, pues los pasillos donde estos se encuentran «son enormes y además están mezclados con los de Estudios Sociales».

Por otro lado, Ruiz expresó que la asignatura que se imparte totalmente en inglés de Empresariales «debería ser obligatoria para todos los títulos y un poco más general, pues sería de provecho para todos».

«En esta asignatura se estudia un inglés muy específico y creo que sería más útil aprender un inglés general con el que nos podamos defender cuando salgamos de la facultad», manifestó esta estudiante.



Facultad de comercio y gestión en el Crónica, 3 de mayo de 2011



MAYO 2011

En Mayo de 2011 finalizó la primera promoción de la Titulación Propia de la Universidad de Málaga que se imparte en este Centro, “Experto en Tasación e Intermediación Inmobiliaria” con un acto académico donde se entregaron los títulos. Dicho acto tuvo lugar en la Sala de Juntas del Rectorado y fue presidido por el Sr. Gerente de la Universidad, contando con la asistencia del presidente del Colegio de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria. Diversas personalidades de reconocido prestigio en la profesión y de la propia Universidad acompañaron a los nuevos titulados. Posteriormente se ofreció un ágape en la terraza del Rectorado.



MAYO 2011

El 19 de mayo de 2011 tuvo lugar la conferencia titulada “El Departamento de Comunicación Interna dentro de una Multinacional”, dentro del convenio de colaboración firmado con Bgrupo, y el ciclo de conferencias Gurús en la Práctica, a cargo del Sr. D. Juan José Berganza del Agua, Consejero en Marketing y Comunicación, que cuenta con más de 24 años de experiencia a nivel nacional e internacional en Comunicación, Imagen y Marketing (patrocinios y eventos), habiendo ocupado puestos de alta dirección y máxima responsabilidad en grandes corporaciones, formando parte de sus comités de dirección. Ha sido Director de Patrocinios, Eventos y Relaciones Públicas de Telefónica España; Subdirector General de Comunicación de Telefónica Móviles; Director de Comunicación y Relaciones Institucionales de Telefónica Publicidad e Información (TPI) o Jefe de Relaciones Externas de VISA España, entre otros muchos cargos de responsabilidad. Tuvo lugar en el Salón de Actos de la Facultad.

MASTER EN TASACIÓN E INTERMEDIACIÓN INMOBILIARIA

En colaboración con el Colegio de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria

Construye tu Futuro

Avalado y reconocido por el Colegio Oficial de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria

Lugar: Facultad de Comercio y Gestión

Requisitos: Diplomado o Licenciado
Graduado en Estudios Inmobiliarios
Experiencia Profesional (demostrable)

Información: 951.952.224 (Mercedes Vega)
E-mail: mvega@uma.es
Información: <http://www.uma.es/tasacioninmobiliaria>

MAYO 2011

El 6 de mayo de 2011 tuvo lugar la presentación del “I Master de Tasación e Intermediación Inmobiliaria” de la Universidad de Málaga, título propio impartido en la Facultad de Comercio y Gestión. La conferencia inaugural titulada “Marco normativo de la ordenación territorial y urbanística de Andalucía” estuvo a cargo de D^a. M^a Arantzazu Ortiz Martin, durante el transcurso de la cual se verió en detalle el Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía -POTA- y los Planes de Ordenación Subregional -POT-. D^a. M^a Arantzazu Ortiz Martin, - 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.

grado en **marketing** investigación de mercados

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Facultad de Comercio y Gestión

Home Información Metodología Programa Salidas Profesionales Vida Universitaria Videoteca FAQs Blog Solicita más información

Información de Grado en Marketing

¿Qué es el grado de Marketing?

La Titulación en Marketing e Investigación de Mercados es un nuevo Grado que incorpora a su oferta de estudios la Universidad de Málaga a partir del próximo curso 2010-11, y que hoy en día resulta de gran trascendencia ante el actual entorno económico y empresarial.

La enorme competencia y la madurez en la que se encuentran la gran mayoría de los mercados y sectores de actividad, hace necesario que las organizaciones incorporen a sus equipos a directivos profesionales del marketing y la investigación de mercados les proporcionen las herramientas y estrategias necesarias para diferenciar a sus productos y empresas, desarrollar nuevos productos y mercados a los que dirigirse y, en definitiva, que hagan más competitivas a dichas empresas.

El Grado de Marketing e Investigación de Mercados te formará y te convertirá en un profesional con capacidad para alcanzar tales objetivos, a través del estudio de la Investigación de Mercados, el Comportamiento del Consumidor, el Análisis de la Competencia, las Estrategias de Productos y Precios, la Gestión de la Comercialización y los Canales de Distribución, o todo lo relativo a las estrategias de publicidad y promoción, tanto a través de los medios tradicionales, como de las nuevas tendencias de la comunicación on-line.

Paso a paso

Guía para la Matriculación

Citas sobre Marketing

“El que gana un combate es fuerte, el que vence antes de combatir es poderoso. La verdadera sabiduría consiste en vencer sin combatir”

Sun Tzu “El Arte de la Guerra”

JUNIO 2011

Sesión informativa del Grado en Marketing, el 23 de junio, en el Salón de Grados la Facultad de Comercio y Gestión, por segundo año consecutivo. El objetivo principal es ofrecer una mayor información, y poder resolver las dudas que puedan tener los estudiantes que deseen cursar el Grado en Marketing e Investigación de Mercados, especialmente en el acceso a la universidad (formas de acceso, preinscripción, etc.) y en los contenidos, metodología, salidas profesionales y demás particulares del grado en Marketing.



JUNIO 2011

El 17 de junio de 2011 tuvo lugar el acto de clausura y graduación de los Títulos Propios de la Uma Master y Experto Universitario en Marketing de Negocios, que se imparte en la Facultad de Comercio y Gestión. El acto estuvo presidido por la Vicerrectora de Relaciones Universidad Empresa, D^a Ana María Sánchez Tejeda, la Vicedecana de la Facultad de Comercio y Gestión, D^a Eva María González Robles, y la Directora del Departamento de Economía y Administración de Empresas, D^a Francisca Parra Guerrero. La conferencia de clausura fue impartida por D. Alberto Prieto, Director General en España y Socio Director de la prestigiosa consultora inmobiliaria de ámbito internacional Knight Frank. Tras la citada conferencia y los discursos de las autoridades académicas, 21 nuevos alumnos recogieron sus correspondientes títulos que les acreditan como Master o Experto Universitario en Marketing de Negocios.

Grado en Marketing e Investigación de Mercados: un puente hacia el empleo

► La Universidad de Málaga puso en marcha el pasado año el primer curso de unos estudios que responden de forma efectiva a las necesidades de las empresas ► Un total de 358 alumnos han pasado por sus aulas

C.BANDERA MÁLAGA

El marketing es una herramienta fundamental en el desarrollo de cualquier empresa. En un mundo cada vez más competitivo, diferenciarse de los demás se convierte en la mejor estrategia para alcanzar el éxito. En este sentido, las técnicas de mercado han traspasado el ámbito empresarial para formar parte de cualquier tipo de organización.

El marketing es una de las mejores vías de acceso al mercado laboral y por ello, un total de 358 alumnos se matricularon el pasado año en el primer curso de grado en Marketing e Investigación de Mercados que la Universidad de Málaga puso en marcha para adaptarse a los planes de estudio al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Estos estudios pretenden formar a profesionales con capacidad para alcanzar objetivos empresariales, a través del estudio de la investigación de mercados, el comportamiento del consumidor, el análisis de la competencia, las estrategias de productos y precios, la gestión de la comercialización y los canales de distribución, o todo lo relativo a las estrategias de publicidad y promoción, tanto a través de los medios tradicionales, como de las nuevas tendencias de la comunicación on-line.

El grado en Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Málaga responde de forma efectiva a las necesidades que plantean las empresas en la actualidad, con cuatro años de aprendizaje intenso en las competencias y habilidades necesarias para ser un profesional resolutivo y plenamente adaptado al mundo de los negocios.

Solo hay que darse una vuelta por los principales buscadores de empleo online para observar que los profesionales de Marketing son los más buscados: ejecutivos de marketing, *product manager*, especialistas en redes sociales o profesionales del marketing on-

La UMA firmó un convenio con el Club de Marketing de Málaga para la realización de actividades en común

La Facultad de Comercio y Gestión ha organizado numerosas actividades durante este curso

line son los perfiles que más necesitan las empresas en estos momentos.

Durante el curso que ahora finaliza, la Facultad de Comercio y Gestión ha organizado numerosas actividades relacionadas con el marketing. Entre las más destacadas se encuentra la Semana Cultural, en la que se celebraron conferencias y seminarios y se realizó el concurso de fotografía *Nuestra facultad: Otro tiempo, otra mirada*.

Colaboración

Además, la UMA firmó un convenio con el Club de Marketing de Málaga para la realización de actividades en común, especialmente orientadas a los alumnos y futuros titulados del Grado en Marketing. El convenio marco recoge la ejecución de proyectos y programas conjuntos de investigación, el desarrollo de actividades formativas relacionadas con el sector empresarial y de marketing en todas sus ramas, a través de seminarios, conferencias, mesas redondas, etc. Del mismo modo, el documento fomenta el intercambio de información y documentación sobre las actividades y materias que desarrollen ambas instituciones; así como la posibilidad de asociarse en el desarrollo de proyectos comunitarios, nacionales o regionales.

Una de las jornadas con más aceptación fue *Comprometidos*, que se organizó junto a la ONG Médicos sin Fronteras. En ella participaron Andreu Maldonado, director de Finanzas de MSF-Es-



Alumnos entrando a la Facultad de Comercio y Gestión. NICOLÁS GONZÁLEZ

paña, y Sophie Natter, técnico de Captación On Line de MSF-España, que habló sobre campañas de marketing en MSF y captación on-line.

También en el mes de abril tuvo lugar la conferencia *Acerca de la empresa a la Universidad*, en la que intervinieron profesionales de distintos sectores y que estuvo organizada por la Confederación de Empresarios, la Asociación de Jóvenes Empresarios y el Vicerrectorado de Relaciones Universidad-Empresa.

Sesión informativa para nuevos alumnos

El próximo jueves, 23 de junio a las 12.00 horas se desarrollará una sesión informativa sobre el Grado en Marketing en el Salón de Grados la Facultad de Comercio y Gestión. El objetivo principal de esta jornada es ofrecer una mayor información, y poder resolver las dudas que puedan tener los estudiantes que deseen cursar el Grado en Marketing e Investigación de Mercados. La sesión se divide en dos partes. En la primera de ellas se informará sobre cuestiones relacionadas con el acceso a la universidad (formas de acceso, preinscripción, etc.) y en la segunda se tratarán los contenidos, metodología, salidas profesionales y demás particulares del grado en Marketing.

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Próxima sesión informativa el 23 de junio a las 12 horas en el salón de grados de la Facultad de Comercio y Gestión

Nota de prensa sobre Gado de Marketing en el periódico la Opinión de Málaga, 19 de junio de 2011.



JULIO 2011

Curso **“Introducción a la Cooperación y Educación para el Desarrollo”** impartido del 11 al 15 de julio de 2011, a los alumnos participantes en el Programa de Voluntariado de Cooperación Internacional de la Universidad de Málaga, Vicerrectorado de Relaciones Internacionales y Cooperación.



JULIO 2011

Acto de graduación de la XXXVII promoción de la Diplomatura en Ciencias Empresariales y la XIV promoción de la Diplomatura en Gestión y Administración Pública, celebrado el 1 de julio de 2011, en el salón de actos del Complejo de Estudios Sociales y Empresariales. El acto fue presidido por Dña. Ana María Sánchez Tejeda, Vicerrectora de Relaciones Universidad-Empresa. En dicho acto intervinieron también la Vicedecana de Ordenación Académica, Dña. Rosario Cenizo, y las alumnas Dña. Desirée Rodríguez Domínguez y Dña. Noelia Cabrera Castro.



Facultad de Comercio
y Gestión