



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO
Y GESTIÓN



Memoria del Curso Académico 2021- 2022



Índice



01	Presentación	04	02	Historia del Centro	06
03	Órganos de Gobierno de la Facultad		04	Comisiones de la Facultad	
	a. Equipo Decanal	09		a. Comisión Académica y de Calidad	12
	b. Coordinadores de la Facultad	10		b. Subcomisión de Garantía de Calidad	12
	c. Miembros de la Junta de Centro	11		c. Reconocimiento de créditos	13
05	Miembros de los Órganos de Gobierno de la UMA		06	Reuniones	
	a. Claustro	17		a. Junta de Facultad	18
	b. Consejo de Gobierno	17		b. Garantía de Calidad	18
	c. Comisión de Investigación	17			
	d. Comisión de Postgrado	17			
07	Acuerdos de la Junta de Centro	18	08	Información económica	21
09	Instalaciones y servicios	23	10	Docencia impartida en la Facultad	24

11	Calendario académico y programación docente	25	12	Sistema de garantía de calidad	29
a.	Calendario académico grados	25	a.	Renovación de la acreditación de las titulaciones	29
b.	Grado Marketing e Investigación de Mercados	26	b.	Revisión de los planes de estudio de las titulaciones	30
c.	Grado de gestión y administración pública	27	c.	Información sobre resultados de la docencia oficial	31
d.	Master en dirección y gestión de marketing digital	29	d.	Análisis de la satisfacción con el centro y las titulaciones	37
13	Departamentos y profesorado		14	Personal de administración y servicios	
a.	Departamentos con docencia en la facultad	45	a.	Secretaría	49
b.	Profesorado con docencia oficial en la facultad	45	b.	Información, Conserjería y Atención al Usuario	50
c.	Estadística del profesorado	48	c.	Aulas de informática	50
			d.	Biblioteca	50
15	Estudiantado		16	Programa de prácticas de empresa	55
a.	Premios extraordinarios y distinciones	51	17	Programas de movilidad	56
b.	Estadísticas del alumnado	53	19	Presencia de la facultad en los medios y redes sociales	89
c.	Orlas del curso	54			
18	Actividades, eventos, otras actuaciones y noticias	58			
a.	Actos de bienvenida	58			
b.	Semana cultural	60			
c.	Acto de entrega de honores y distinciones	61			
d.	Actos de graduación	63			
e.	Jornadas, talleres y charlas	67			
f.	Otras actividades y noticias	76			

01 Presentación

Un año más, a través de estas líneas tengo el placer de presentar la memoria académica correspondiente al curso 2021-22 de la Facultad de Comercio y Gestión. Este documento refleja, una vez más, la intensa actividad desarrollada en nuestro centro y la implicación constante de toda la comunidad universitaria —profesorado, personal de administración y servicios, y estudiantado— en la mejora continua de nuestra facultad.

El curso 2021-22 supuso la consolidación de la normalidad académica tras los difíciles años de la pandemia. Recuperamos la presencialidad plena en la docencia y en la vida universitaria, lo que permitió reactivar con fuerza la participación estudiantil, la organización de actos académicos y culturales, y la celebración de encuentros profesionales y jornadas formativas. Esta recuperación vino acompañada, además, de un esfuerzo notable por mantener los estándares de calidad y la innovación docente que caracterizan a nuestra facultad.

Uno de los hitos más relevantes de este curso fue la **renovación de la acreditación de nuestras tres titulaciones oficiales** —Grado en Marketing e Investigación de Mercados, Grado en Gestión y Administración Pública y Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital—, todas ellas con evaluación positiva por parte de la Agencia Andaluza del Conocimiento (DEVA). Este resultado avala la excelencia académica del centro y el compromiso colectivo con la mejora permanente de la docencia y de los servicios que ofrecemos a nuestros estudiantes.

También fue un curso de impulso a **la innovación académica y la oferta formativa**, con la aprobación de nuevos títulos propios como el Experto Universitario en Marketing Analytics and Behavioural Sciences y el Máster en Dirección y Marketing de Entidades Deportivas, que amplían las posibilidades de especialización y conexión con el tejido empresarial y profesional de nuestro entorno. Paralelamente, se continuó trabajando en la **revisión de los planes de estudio** de nuestras titulaciones oficiales, con la colaboración activa de los departamentos y de profesionales externos, con el objetivo de adaptar los programas formativos a las nuevas demandas del mercado laboral y de la sociedad.

En el ámbito de las **infraestructuras y servicios**, se acometieron diversas mejoras en el edificio del Complejo de Estudios Sociales y Comercio, entre las que destacan la climatización de la zona central, la construcción de una nueva garita de seguridad y la instalación de bolardos en el aparcamiento exterior, actuaciones todas ellas orientadas a seguir ofreciendo unas condiciones óptimas de trabajo y aprendizaje.

El curso 2021-22 también estuvo marcado por la intensa actividad de nuestro centro en materia de **extensión universitaria y relaciones institucionales**. Se celebraron jornadas, conferencias, actos de graduación, la Semana Cultural, y un nuevo Acto de Honores y Distinciones que se ha convertido en un referente en la vida académica del centro.

La consolidación de la Asociación de Antiguos Alumnos *OnAlumni* siguió reforzando los lazos entre egresados, estudiantes y profesorado, extendiendo el sentido de pertenencia a nuestra comunidad universitaria más allá de las aulas.

Por último, quisiera agradecer de manera muy especial la dedicación y el compromiso de todo el **equipo decanal**, del **personal docente e investigador**, del **PAS** y de nuestros **estudiantes**, cuya implicación hace posible los avances que aquí se recogen. A todos ellos, mi reconocimiento por su esfuerzo, su responsabilidad y su entusiasmo por seguir haciendo crecer a esta facultad.

Con la confianza de que esta memoria refleje fielmente el trabajo colectivo de un centro dinámico, innovador y comprometido con su entorno, les invito a recorrer sus páginas como testimonio de un curso especialmente significativo en el camino de consolidación de la Facultad de Comercio y Gestión.

Benjamín del Alcázar Martínez

Decano de la Facultad de Comercio y Gestión

Universidad de Málaga

02 Historia del Centro

Los orígenes de los estudios mercantiles en la ciudad de Málaga se remontan a **finales del siglo XVIII**, ligados en gran medida a la peculiar situación económica de la provincia en dicha época, en la que llegó a ser la segunda potencia económica del país.

En este contexto surge la necesidad de crear unos estudios encaminados a formar personas en aquellas materias que la actividad económica, industrial y comercial demandaba para su desarrollo, y tras las gestiones realizadas por la **Junta del Consulado Marítimo y Terrestre** y por el entonces Ministro de Indias, el malagueño **José Gálvez, Marqués de la Sonora**, hicieron posibles que el monarca Carlos III concediera la pertinente autorización para impartir enseñanzas de "**Pilotaje, Lenguas vivas y Comercio**", pudiéndose considerar esta tercera como el más remoto antecedente de la Escuela de Comercio de Málaga, creándose la primera Cátedra de Comercio por Real Orden de 26 de febrero de 1799.

No obstante, dicha Cátedra no fue provista debido, en un principio, a la falta de fondos por parte del Consulado para su mantenimiento y, posteriormente, a la invasión francesa- hasta abril de 1817, siendo ocupada por el único candidato **D. Manuel María Gutiérrez**, Profesor de Teología, además de economista, poseedor del título de Doctor, con la obligación de explicar Comercio y Economía, asignándosele para ello, un sueldo de 12.000 reales anuales.

El **Plan General de Estudios de 4 de agosto de 1836** se circunscribió solamente a considerar las Escuelas Especiales de Comercio como enseñanzas pertenecientes al tercer grado, sin que se resolviera la cuestión relativa a su financiación con las consiguientes interrupciones de clases durante períodos más o menos largos, hasta que un **Real Decreto de 7 de octubre de 1847** dispuso que las enseñanzas dependientes de las Juntas de Comercio pasasen a depender de la **Dirección de Instrucción Pública**.

En 1850 una nueva organización de la educación, regulada en el **Real Decreto de 12 de agosto** de ese mismo año, ubica a las Escuelas Especiales de Comercio en los Institutos de Segunda Enseñanza en cuya situación permanecieron hasta 1887, año en que se crearon las Escuelas de Comercio -elementales y superiores- como centros independientes. Después de repetidas peticiones a la Dirección General de Instrucción Pública, el director de la Escuela fue autorizado en julio de 1895 a realizar las gestiones pertinentes para la consecución de un local adecuado en que instalar independientemente la Escuela. En 1887 se crea la **Escuela de Comercio de Málaga** (**Real Decreto de once de agosto de 1887**).

Esta Escuela fue convertida, junto con las de Madrid, Barcelona y Bilbao, en **Escuela de Altos Estudios Mercantiles** en agosto de 1922, dependiendo de la Universidad de Granada. Es, por tanto, el primer centro andaluz en el que se impartieron estudios mercantiles de alta especialización. Su primer director fue **D. Miguel Vega y Muñoz** en 1887, y han desempeñado este cargo Catedráticos de tanta personalidad como **D. José Bares Molina**, **D. Domingo Mérida Martínez** y **D. Laureano Chinchilla Morales**.

La Ley General de Educación de 1970 dio lugar a la transformación de las Escuelas de Comercio en Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales, integrándolas en la Universidad. La creación de la Universidad de Málaga (Decreto de dieciocho de agosto de 1972), adscribe a las Escuelas Universitarias ubicadas en el distrito universitario de Málaga a la Universidad de Málaga.

La primera ubicación del Centro fue en el *ex convento de San Felipe*, en Calle Gaona, donde hoy se encuentra el I.E.S. Vicente Espinel. En 1896 se trasladó a Calle JJ. Rebosillas, hoy Beatas. En 1961 se inauguró el *edificio del Paseo de Martiricos*, lugar en que permaneció hasta 1985, fecha en la que se trasladó al Campus de El Ejido.



Antiguo edificio del Paseo de Martiricos



Antiguo edificio del Campus de El Ejido

En octubre de 2009 el presidente de la Junta de Andalucía, D. José Antonio Griñán, inaugura el *Complejo de Estudios Sociales y Comercio*, actual sede del Centro, un edificio nuevo, dotado de las más modernas infraestructuras, situado en la *ampliación del Campus de Teatinos*.

En el Curso Académico 2009/10, con la entrada en vigor del Espacio Europeo de Educación Superior, se produce un nuevo *cambio en la denominación* del Centro que pasa a denominarse *Facultad de Comercio y Gestión*.



Inauguración de La Facultad de Comercio y Gestión

En el curso 2014/15 se produce otro hito importante en la evolución de este centro con el inicio de estudios oficiales de posgrados, con la implantación del Máster Oficial en Dirección y Gestión de Marketing Digital, primero en esta materia en impartirse como titulación oficial en Andalucía.

Desgraciadamente, merece mención especial la irrupción de la COVID-19 y sus restrictivos efectos sobre la docencia y la celebración de actividades. Sin embargo, el centro supo una vez más adaptarse a las circunstancias y adoptó de forma ejemplar los sistemas de docencia no presencial, en primer lugar, y bimodal cuando las circunstancias sanitarias lo permitieron, de forma que la formación de nuestro alumnado se viese lo menos perjudicada posible.

En 2020 se produce la renovación de los órganos de gobierno de la facultad, abandonando el cargo de Decano D. Francisco Cantalejo García, tras treinta y cinco años al frente del centro, y tomando el relevo D. Benjamín del Alcázar Martínez, cuya toma de posesión tuvo lugar en presencia del Rector de la Universidad, D. José Ángel Narváez Bueno, y del Secretario General de la Universidad, D. Miguel Porras Fernández.

En ese mismo curso académico se celebró el primer acto de entrega de premios de Honores y Distinciones, en el que destacó la entrega de la Insignia de Honor de nuestra facultad a D. Francisco Cantalejo García, María del Rosario Cenizo Rodríguez y Eugenia Cruces Pastor, por toda una vida de generosa dedicación a la gestión del centro. Asimismo, en este periodo tuvo lugar la creación de la Asociación de Antiguos Alumnos de la Facultad de Comercio y Gestión, OnAlumni, gracias al interés y la dedicación de un grupo de antiguos alumnos de la facultad, que aceptaron el reto de llevar a buen puerto esta asociación. Entre sus objetivos, destaca servir de conexión entre egresados y actuales alumnos. En este contexto, se celebró un primer acto de presentación en la facultad que contó con una nutrida asistencia de antiguos alumnos.



Inauguración de La Facultad de Comercio y Gestión

03 Órganos de Gobierno de la Facultad

a. Equipo Decanal



Decano

D. Benjamín del Alcázar
Martínez



Vicedecana de
Ordenación Académica
y Profesorado

Dña. María Amparo
Bentabol Manzanares



Vicedecana de
Estudiantes

Dña. María Mercedes
Rojas de Gracia



Vicedecano de
Cooperación
Empresarial y
Relaciones Externas

D. Antonio J. Morales
Siles



DecaVicedecana de
Infraestructuras y
Asuntos Económicos

Dña. Eva María
González Robles



Vicedecana de
Investigación y
Relaciones
Internacionales

Dña. Carmina Jambrino
Maldonado



Vicesecretaria académica y
Coordinadora de Prácticas en
Grado en Marketing e
Investigación de Mercados

Dña. María Vallespín
Arán



Secretario
académico

D. Daniel Ruiz Palomo



Secretaria del Decano

Dña. Virginia Gallego
Santomé

b. Coordinadores de la Facultad



**Coordinadora del
Grado de Marketing e
Investigación de
Mercados**

Dña. Ana Isabel
Esteban Pagola



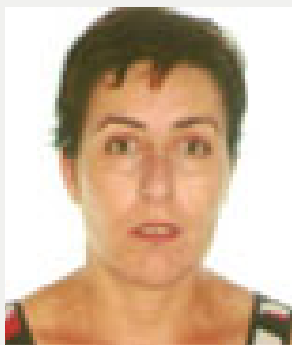
**Coordinadora del
Grado en Gestión y
Administración Pública**

Dña. Elisa Isabel García
Luque



**Coordinadora de TFG
Grado en Marketing e
Investigación de
Mercados**

Dña. María Isabel
Aguilar Ramos



**Coordinadora de TFG
Grado en Gestión y
Administración Pública**

Dña. María José
Valencia Quintero



**Coordinadora de Prácticas
Grado de Marketing e
Investigación de
Mercados**

Dña. María Vallespín
Arán



**Coordinadora de
Prácticas Grado de
Gestión y
Administración Pública**

Dña. Elisa Isabel García
Luque



**Coordinadora del
Máster Oficial en
Dirección y Gestión de
Marketing Digital**

Dña. Ana María Casado
Molina

c. Miembros de la Junta de Centro

Sector profesorado doctor con vinculación permanente

Aguilar Ramos, María Isabel	González Robles, Eva María
Alarcón Urbistondo, María del Pilar	Jambrino Maldonado, María Carmen
Alcázar Martínez, Benjamín del	Martin Armario, Julita
Bentabol Manzanares, M. Amparo	Morales Siles, Antonio José
Bermúdez González, Guillermo José	Pérez García, Fátima
Casquero Tomas, Antonio	Rojas De Gracia, María Mercedes
Díaz Díez, Bárbara	Ruiz De La Rúa, Francisco
Esteban Pagola, Ana Isabel	Ruiz Palomo, Daniel
Galindo Reyes, Fuensanta Carmen	Varga Salto, José María de la

Sector personal docente e investigador no doctor o que siéndolo, no tenga vinculación permanente con la universidad

Fernández Díaz, Elena
Pastor García, María Inmaculada
Trujillo Vílchez, Francisco José

Sector personal de administración y servicios

Cordero Carreras, Luisa
Cómez Moreno, María
Maza Ciordia, María del Carmen
Vergara Mayo, María

Sector estudiantes

Caro Ruiz, Héctor Enrique	Mesa Mateos, Ariadna
Carrasco García, Sergi	Porras Kanouni, Aida
Enamorado Rodríguez, Carlos José	Vázquez Muñoz, Verónica
Malaver Chito, María Teresa	Zarzuela Montoya, Andrés

04 Comisiones de la Facultad

a. Comisión Académica y de Calidad

Decano: D. Benjamín del Alcázar Martínez

Vicedecana de Ordenación Académica: D^a Amparo Bentabol Manzanares

Responsable Calidad: D^a María Luisa Vallespín Arán

Profesor de 1º Curso de Grado: D. José del Campo Ávila

Profesora de 2º Curso de Grado: D^a. Fuensanta Carmen Galindo Reyes

Profesora de 3º Curso de Grado: D^a María José Luna Jiménez

Profesora de 4º Curso de Grado: D^a Julita Martín Armario

Profesor del Máster: D. Rafael Anaya Sánchez

Coordinadora del Grado en Marketing e Investigación de Mercados: D^a Ana Isabel Esteban Pagola

Coordinadora del Grado en Gestión y Administración Pública: D^a Elisa Isabel García Luque

Coordinadora del Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital: D^a Ana María Casado Molina

Jefa de Secretaría: D^a María Gómez Moreno

Alumna 1º Curso: D^a Inés Ortega Ureña

Alumno 2º Curso: D. Andrés Zarzuela Montoya

Alumno 3º Curso: D. Adrián Santiago González

Alumna 4º Curso: D^a María Teresa Malaver Chito

Alumno del Máster: D. Antonio Heredia Mitchell

b. Subcomisión de Garantía de calidad

Presidente: D. Benjamín del Alcázar Martínez

Secretaria: Dña. María Vallespín Arán

Vocal Grado en Marketing e Investigación de Mercados: Dña. Ana Isabel Esteban Pagola

Vocal Grado en Gestión y Administración Pública: Dña. Elisa Isabel García Luque

Vocal Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital: Dña. Ana María Csado Molina

Vocal PAS: Dña. María Gómez Moreno

c. Reconocimiento de créditos

I. Grado de Marketing e Investigación de Mercados

ASIGNATURA	PROFESOR
101. Fundamentos del Marketing:	D ^a . Inmaculada Pastor García
102. Historia Económica:	D ^a María Soledad de la Fuente
103. Introducción a la Economía:	Núñez de Castro
104. Introducción al Derecho:	D. Rafael Durán Muñoz
105. Matemáticas para la Economía y la Empresa:	D ^a M ^a José Valencia Quintero
106. Comportamiento del Consumidor:	D. Salvador Melina Ruiz
107. Contabilidad:	D. Rafael Durán Muñoz
108. Estadística I:	D. Antonio Javier Trujillo Pérez
109. Fundamentos de Administración de Empresas:	D. José del Campo Ávila
110. Marketing Estratégico y Planificación Comercial:	D. Alberto Ruiz Ojeda
201. Administración de Organizaciones:	D. José Fernando Troyano Pérez
202. Estadística II:	D. Alberto Ruiz Ojeda
203. Gestión de Producto y Precio:	D. Salvador Molina Ruiz
204. Matemáticas de las Operaciones Financieras:	D. Ricardo Pagán Rodríguez
205. Microeconomía:	D. José Fernando Troyano Pérez
206. Distribución comercial:	D. Alberto López Toro
207. Finanzas Aplicadas al Marketing:	D ^a Ana Almansa Martínez
208. Investigación de Mercados I:	D ^a M ^a José Valencia Quintero
209. Macroeconomía:	D. Alberto Ruiz Ojeda
210. Régimen Jurídico de la Propiedad Industrial y la Publicidad:	D ^a Carmen Gómez Camarero
301. Comunicación Comercial I:	D. Alberto Ruiz Ojeda
302. Contabilidad de Gestión:	D ^a M ^a José Valencia Quintero
303. Gestión Tributaria:	D ^a M ^a del Mar Soto Moya
304. Operaciones Financieras sector público:	D. Ángel Torrico González

ASIGNATURA	PROFESOR
305. Estadística Multivariante:	D ^a Eugenia Cruces Pastor
306. Creación de Empresas:	D. José M ^a de la Varga de Salto
307. Dirección de la Producción y las Operaciones:	D. José M ^a de la Varga de Salto
308. Econometría:	D ^a Eugenia Cruces Pastor
309. Estructura del Comercio Internacional:	D. Antonio Casquero Tomás
310. Gestión del Conocimiento:	D. José M ^a de la Varga de Salto
311. Inglés Aplicado a la Economía y las técnicas de Mercado:	D ^a Inmaculada Pineda Hernández
312. Investigación Cualitativa:	D. Antonio González Hernández
313. Investigación de Mercados II:	D ^a Eva M. González Robles
314. Merchandising:	D ^a Eva M. González Robles
401. Comunicación Comercial II:	D ^a Eva M. González Robles
402. Creatividad Publicitaria:	D. Marcial García López
403. Derecho de Sociedades Mercantiles:	D. Pedro Mora Lima
404. Dirección Estratégica:	D. José M ^a de la Varga de Salto
405. Informática Aplicada a la Gestión Comercial:	D. José del Campo Ávila
406. Marketing Internacional:	D ^a Eva M. González Robles
407. Marketing Turístico:	D ^a Eva M. González Robles
408. Marketing de Servicios:	D ^a Eva M. González Robles
409. Matemáticas Aplicadas a la Distribución Comercial:	D. Ángel Torrico González
410. Comercio Electrónico:	D ^a Eva M. González Robles
411. Derecho de Consumidores:	D ^a María Soledad de la Fuente Núñez de Castro
413. Psicología Económica y del Consumidor:	D. Antonio González Hernández

II. Grado de Gestión y Administración Pública

ASIGNATURA	PROFESOR
101. Fundamentos de Economía:	D ^a . Inmaculada Pastor García
102. Fundamentos de Derecho:	D ^a María Soledad de la Fuente Núñez de Castro
103. Introducción a la Ciencia Política:	D. Rafael Durán Muñoz
104. Introducción a la Contabilidad:	D ^a M ^a José Valencia Quintero
105. Introducción a la Estadística:	D. Salvador Melina Ruiz
106. Ciencia de la Administración:	D. Rafael Durán Muñoz
107. Derecho Constitucional:	D. Antonio Javier Trujillo Pérez
108. Informática Aplicada Gestión Pública:	D. José del Campo Ávila
109. Régimen Jurídico Administraciones:	D. Alberto Ruiz Ojeda
110. Sociología:	D. José Fernando Troyano Pérez
201. Estructura de la Administración Pública:	D. Alberto Ruiz Ojeda
202. Gestión de Datos:	D. Salvador Molina Ruiz
203. Hacienda Pública:	D. Ricardo Pagán Rodríguez
204. Técnicas de Investigación Social:	D. José Fernando Troyano Pérez
205. Técnicas y Métodos de Gestión Pública:	D. Alberto López Toro
206. Comunicación de las Instituciones Públicas:	D ^a Ana Almansa Martínez
207. Contabilidad Pública:	D ^a M ^a José Valencia Quintero
208. Derecho Patrimonial de las Administraciones Públicas:	D. Alberto Ruiz Ojeda
209. Documentación Administrativa:	D ^a Carmen Gómez Camarero
210. Formas de Acción e Intervención de las Administraciones Públicas:	D. Alberto Ruiz Ojeda
301. Contabilidad de Gestión:	D ^a M ^a José Valencia Quintero
302. Gestión Presupuestaria:	D ^a M ^a del Mar Soto Moya
303. Gestión Tributaria:	D ^a M ^a del Mar Soto Moya
304. Operaciones Financieras sector público:	D. Ángel Torrico González

ASIGNATURA	PROFESOR
305. Relaciones Laborales en la Administración Pública:	D ^a Paz Romero Pardo
306. Auditoría Pública:	D ^a M ^a José Valencia Quintero
307. Estructura Económica:	D. Antonio Casquero Tomás
308. Ética y Responsabilidad Social de las Organizaciones Públicas:	D ^a M ^a del Mar Soto Moya
309. Gestión de Recursos Humanos:	D. Alberto López Toro
310. Sistemas e Instituciones Internacionales y Europeas:	D ^a Elena del Mar García Rico
401. Administración Electrónica:	D. Alberto Ruiz Ojeda
402. Análisis de Políticas Públicas:	D. Rafael Durán Muñoz
403. Creación de Empresas:	D. Alberto López Toro
404. Hacienda Pública Territorial:	D. Ricardo Pagán Rodríguez
405. Historia de las Administraciones Públicas:	D. Emilio Lecuona Prats
406. Historia Económica:	D ^a Marta Luque Aranda
407. Marketing Público:	D ^a Eva M González Robles
408. Políticas Sociales y Públicas:	D. Alberto Ruiz Ojeda
410. Administración y Dirección de Servicios Públicos:	D. Alberto López Toro
411. Cooperación al Desarrollo:	D. Antonio García Lizana
412. Economía de los Servicios Públicos:	D ^a Inmaculada Pastor García
413. Políticas Autonómicas y Locales:	D. Alberto Ruiz Ojeda
414. Políticas de Igualdad:	D ^a Paz Romero Pardo
415. Políticas Medioambientales:	D. Rafael Durán Muñoz

05 Miembros de los Órganos de la UMA

a. Claustro

Sector profesores doctores con vinculación permanente

Dra. D^a Pilar Alarcón Urbistondo
Dr. D. Benjamín del Alcázar Martínez
Dr. D. Francisco Cantalejo García
Dra. D^a Eva María González Robles

Sector personal docente e investigador no doctor o que siéndolo, no tenga vinculación permanente con la universidad

Dr. D. Antonio Cobo Jiménez

Sector alumnos

D. Carlos José Enamorado Rodríguez
D^a Ariadna Mesa Mateos
D^a Verónica Vázquez Muñoz
D^a Andrés Zarzuela Montoya

b. Consejo de Gobierno

Dr. D. Benjamín del Alcázar Martínez

c. Comisión de Investigación

Dra. D^a Carmina Jambrino Maldonado

d. Comisión de Postgrado

Dra. D^a Ana Casado Molina

06 Reuniones

a. Junta de Facultad

16 de diciembre de 2021 20 de mayo de 2022
25 de enero de 2022 23 de junio de 2022
23 de febrero de 2022

b. Garantía de Calidad

15 de diciembre de 2021
17 de mayo de 2022
23 de junio de 2022

07 Acuerdos de la Junta de Centro

Resumen de los acuerdos de la Junta de Centro de la Facultad de Comercio y Gestión

Celebrada en sesión ordinaria el día 15 de julio de 2021 a las 12:30 horas, en modalidad presencial, y con el siguiente Orden del Día:

1. Lectura y aprobación del acta de la sesión anterior.
2. Informe del Decano.
3. Asuntos de Ordenación Académica:
 - 3.1. Aprobación, si procede, de la Programación Docente para el próximo curso académico 2021-2022.
 - 3.2. Aprobación, si procede, del Reglamento de Trabajo de Fin de Grado de la Facultad de Comercio y Gestión.
4. Ruegos y preguntas.

Se aprueba:

- El acta de la sesión anterior.
- La Programación Docente para el próximo curso académico 2021-2022.
- El Reglamento de Trabajo de Fin de Grado de la Facultad de Comercio y Gestión.

Resumen de los acuerdos de la Junta de Centro de la Facultad de Comercio y Gestión

Celebrada en sesión ordinaria el día 16 de diciembre de 2021 a las 10:00 horas, en modalidad presencial, y con el siguiente Orden del Día:

1. Lectura y aprobación del acta de la sesión anterior.
2. Informe del Decano.
3. Información sobre el proceso de renovación de la acreditación de las titulaciones oficiales del centro.
4. Información y análisis de la propuesta del rectorado en relación con el futuro calendario de exámenes para el curso 2023-24.
5. Aprobación de la propuesta de concesión del premio extraordinario al mejor expediente académico y del premio extraordinario al mejor trabajo fin de estudios del curso académico 2020-2021.
6. Ruegos y preguntas.

Se aprueba:

- El acta de la sesión anterior.
- La concesión de los premios extraordinarios al mejor expediente académico y al mejor trabajo fin de estudios para cada titulación.

Resumen de los acuerdos de la Junta de Centro de la Facultad de Comercio y Gestión

Celebrada en sesión ordinaria el día 25 de enero de 2022 a las 12:15 horas, en modalidad presencial, y con el siguiente Orden del Día:

1. Lectura y aprobación del acta de la sesión anterior.
2. Informe del Decano.
3. Aprobación, si procede, de la modificación de los criterios de admisión al Máster Oficial de Dirección y Gestión de Marketing Digital.
4. Aprobación, si procede, de nuevas titulaciones propias de la Facultad de Comercio y Gestión:
 - 4.1. Experto Universitario en Marketing Analytics and Behavioural Sciences.
 - 4.2. Máster de Formación Permanente en Dirección y Marketing de Entidades Deportivas.
5. Aprobación, si procede, del calendario para la celebración de elecciones parciales a Junta de Facultad para cubrir la baja del Sector de Personal Docente e Investigador No Doctor, o que siéndolo, no tenga vinculación permanente con la Universidad.
6. Ruegos y preguntas.

Se aprueba:

- El acta de la sesión anterior.
- La modificación de los criterios de admisión al Máster Oficial de Dirección y Gestión de Marketing Digital.
- La nueva titulación propia denominada “Experto Universitario en Marketing Analytics and Behavioural Sciences”.
- La nueva titulación propia denominada “Máster de Formación Permanente en Dirección y Marketing de Entidades Deportivas”.
- El calendario para la celebración de elecciones parciales recogidas en el orden del día.

Resumen de los acuerdos de la Junta de Centro de la Facultad de Comercio y Gestión

Celebrada en sesión ordinaria el día 23 de febrero de 2022 a las 11:00 horas, en modalidad presencial, y con el siguiente Orden del Día:

1. Lectura y aprobación del acta de la sesión anterior.
2. Informe del Decano.
3. Aprobación, si procede, de la propuesta del Vicerrectorado de Estudios conforme al número de plazas de nuevo ingreso para el curso académico 2022- 2023.
4. Aprobación, si procede, de las cuentas del ejercicio 2021.
5. Aprobación, si procede del presupuesto para el ejercicio 2022.
6. Ruegos y preguntas.

Se aprueba:

- El acta de la sesión anterior.
- El número de plazas de nuevo ingreso para el curso académico 2022-23: 300 en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados; 75 en el Grado en Gestión y Administración Pública, y 35 en el Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital.
- Las cuentas del ejercicio 2021, disponibles en <https://www.uma.es/facultadcomercio/info/102264/informacion-economica-fcg/>
- El presupuesto para el ejercicio 2022, disponible en <https://www.uma.es/facultadcomercio/info/102264/informacion-economica-fcg/>

Resumen de los acuerdos de la Junta de Centro de la Facultad de Comercio y Gestión

Celebrada en sesión ordinaria el día 23 de junio de 2022 a las 12:00 horas en la sala de grados en modalidad presencial, con el siguiente Orden del Día:

1. Lectura y aprobación del acta de la sesión anterior.
2. Informe del Decano.
3. Aprobación, si procede, de aspectos de planificación docente, de acuerdo al calendario PROA.
4. Ruegos y preguntas.

Se aprueba:

- El acta de la sesión anterior.
- La planificación docente de acuerdo al calendario PROA

08 Información económica

Facultad de Comercio y Gestión presupuesto ejercicio 2022

DOTACIÓN UMA: 67.339€

AÑO 2022

Aplicación Económica	Subconcepto	Concepto	Artículo	Capítulo
CAP II: GASTOS CTES. EN BIENES Y SERV				55.361,39€
ALUMNOS				13.599,58€
	Jornadas puertas abiertas	1.639,00€		
	Jornadas Valor 10 de orientación	900,00€		
	Guía de estudiantes y bienvenida	1.842,60€		
	Semana Cultural y/u otras jornadas	3.487,78€		
	Premios Extraordinarios	1.533,07€		
	Acto de Graduación	1.636,08€		
	Representación de alumnos	600,00€		
	OnAlumni	406,05€		
	Actividades complementarias	1.555,00€		
COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN				10.020,93€
	Gestión Redes Sociales	7.347,95€		
	Mantenimiento web	148,88€		
	Material Difusión FCYG	1.633,96€		
	Cuota AER	890,14€		
INFRAESTRUCTURAS				10.437,63€
	Mantenimiento edificio	4.353,96€		
	Equipos audiovisuales e informáticos	1.800,08€		
	Equipamiento del edificio	4.283,59€		
MATERIAL OFICINA Y SUMINISTROS				9.895,23€
	Material oficina	3.637,91€		
	Teléfonos	555,99€		
	Correos y envío	39,95€		
	Alquiler y consumo fotocopadoras	3.243,06€		
	Suscripción periódicos	1.007,70€		
	Agua	536,24€		
	COVID	874,38€		
REUNIONES Y CONFERENCIAS				4.412,82€
	Organización de conferencias	3.266,20€		
	Asistencia a reuniones	1.146,62€		
INVESTIGACIÓN				6.000,00€
	Ayudas investigación PDI	3.000,00€		
	Actividades	3.000,00€		
PROTOCOLO				995,20€
	Actos protocolarios	995,20€		
CAP. VI: INVERSIONES REALES				11.977,61€
EQUIPAMIENTO				11.977,61€
	Equipamiento: mobiliario y enseres	6.100,00€		
	Equipamiento informático	5.877,61€		
TOTAL GASTOS				67.339,00€

Facultad de Comercio y Gestión gasto ejercicio 2021

DOTACIÓN UMA: 67.500€

Aplicación Económica	AÑO 2021				AÑO 2020			
	Subconcepto	Concepto	Artículo	Capítulo	Subconcepto	Concepto	Artículo	Capítulo
CAP II: GASTOS CTES. EN BIENES Y SERV	54.728,39€				32.837,84€			
ALUMNOS	8.646,51€				5723,31€			
Jornadas puertas abiertas: Destino UMA	0,00€				1.678,27€			
Jornadas Valor 10 de orientación	0,00€				0,00€			
Guía de estudiantes y bienvenida	1.742,60€				586,85€			
Semana Cultural y/u otras jornadas	3.487,78€							
Premios Extraordinarios	1.433,00€				1.138,01€			
Acto de Graduación	1.636,08€				1.533,68€			
Representación de alumnos	0,00€				786,50€			
OnAlumni	347,05€							
Actividades complementarias	0,00€							
COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN	14.715,59€				7.685,80€			
Gestión Redes Sociales	7.347,95€				7.347,00€			
Mantenimiento web	148,88€							
APP	4.694,80€							
Material de difusión	665,50€				96,80€			
Difusión FCYG	968,46€				242,00€			
Cuota AER	890,00€							
INFRAESTRUCTURAS	15.436,77€				8.379,59€			
Mantenimiento edificio	4.353,10€				5.648,02€			
Equipos audiovisuales e informáticos	1.800,08€				2731,57€			
Equipamiento del edificio	9283,59€							
MATERIAL OFICINA Y SUMINISTROS	9.895,23€				9.895,23€			
Material oficina	3.637,91€				2.285,48€			
Teléfonos	555,99€				665,24€			
Correos y envío	39,95€				266,18€			
Alquiler y consumo fotocopiadoras	3.243,06€				3.653,47€			
Suscripción periódicos	1.007,70€				985,30€			
Agua	536,24€				1.469,40€			
COVID	874,38€				784,47€			
REUNIONES Y CONFERENCIAS	4.412,82€				0,00€			
Organización de conferencias	3.266,20€							
Asistencia a reuniones	1.146,62€							
INVESTIGACIÓN	826,00€				843,60€			
Ayudas investigación PDI	250,00€							
Actividades	576,00€				843,60€			
PROTOCOLO	795,47€				96,00€			
Actos protocolarios	795,47€				96,00€			
CAP. VI: INVERSIONES REALES	11.851,61€				50.602,75€			
EQUIPAMIENTO	11.851,61€				50.62,75€			
Equipamiento: mobiliario y enseres	5.500,00€				16.933,37€			
Equipamiento informático	6.351,61€				21.032,98€			
Equipamiento aulas COVID					12.636,40€			
TOTAL GASTOS	66.580,00€				83.440,59€			

RESUMEN LIQUIDACIÓN PRESUPUESTO AÑO 2021

Crédito total	69.115,00€	
Dotación ejercicio 2021	67.500,00€	
Aportación Vicerrectorado Emprendimiento	1.615,00€	
Total gastos	66.580,00€	
Remanente año (Provisional)	2.535,00€	

09 Instalaciones y servicios

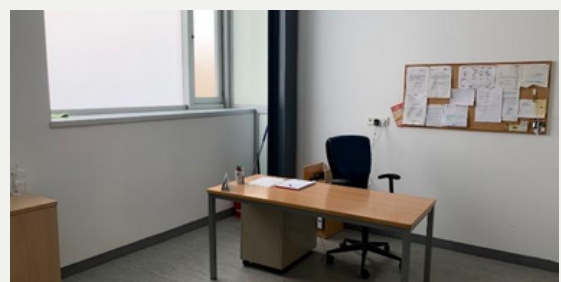
La Facultad de Comercio y Gestión está enclavada en el Complejo de Estudios Sociales y Comercio y **está dotada con las siguientes instalaciones:**

- **Salón de Actos** para la realización de eventos académicos y culturales, con capacidad de 457 plazas compartido con la Facultad de estudios Sociales y del Trabajo
- **Salón de Grados** con capacidad para 7 personas
- **22 aulas** equipadas completamente con medios audiovisuales y conexión wifi a la red de la UMA.
- **3 aulas de informática**, 2 con capacidad para 60 equipos cada una, y 1 con capacidad para 39 equipos.
- **Biblioteca** compartida con la Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo que cuenta con 535 puestos de lectura, 28 ordenadores públicos, una sala de formación y audiovisuales y 14 salas insonorizadas para trabajo en grupos.
- **1 sala de estudio**
- **Aula ADA de docencia avanzada**
- **Sala de profesores**, creada juntamente con la Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo
- **86 despachos** para el profesorado distribuidos en 3 plantas.
- **8 seminarios** a disposición de los Departamentos
- **Espacio de comedor**
- **51 taquillas** de uso conjunto para las dos facultades que comparten el edificio
- El Complejo cuenta con varias zonas destinadas para **aparcamiento**.

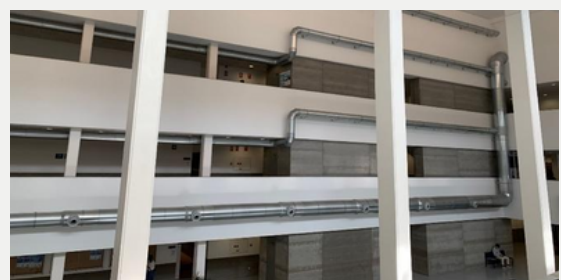
Los alumnos disponen de un área cubierta subterránea y otra exterior con aproximadamente 300 plazas cada una de ellas. Además, dispone de dos zonas específicas destinadas al aparcamiento de bicicletas y patinetes. El personal del Centro dispone también de aparcamiento de acceso restringido que cuenta también con un espacio destinado al aparcamiento de bicicletas.

Durante el curso 21-22 se han realizado las siguientes mejoras en las instalaciones del centro

- Construcción de una nueva garita para el personal de seguridad.
- Instalación de bolardos en el parking exterior para dificultar el aparcamiento de vehículos en zonas no permitidas.
- Climatización de la zona central del edificio.



Garita para el personal de seguridad



Climatización zona central del edificio

REPROGRAFÍA

En la actualidad la Universidad de Málaga mantiene contrato con la Empresa **Copicentro** para prestar los servicios de reprografía en las instalaciones de la Universidad.

Ubicación: Planta Baja

CAFETERÍA

En la actualidad el Servicio de Comedor y Cafetería es prestado por la Empresa **Comedores Escolares Claros**.

Ubicación: Planta Baja

10 Docencia impartida en la Facultad

TITULACIONES OFICIALES

Grado en Gestión y Administración Pública

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital

Programa de Doctorado en Economía y Empresa, en colaboración con la Facultad de CC. Económicas y Empresariales

TITULACIONES PROPIAS

Adaptación al Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Máster Propio Universitario en Retail Marketing

Diploma de Extensión Universitaria en introducción a la Gestión Inmobiliaria

Diploma de Extensión en Gestión y administración de Fincas

Curso de Extensión Universitaria en Diseño Gráfico, Marketing Creativo y Creatividad Aplicada

Curso de Extensión Universitaria Mejora el Posicionamiento Web y Visibilidad Orgánica con SEO y SEMRUSH

Curso de Extensión Univesitaria en Inbuond Marketing

11

Calendario académico y programación docente

a. Calendario académico grados

SEPTIEMBRE/21

L	M	X	J	V	S	D
		01	02	03	04	05
06	07	08	09	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
S1	27	28	29	30		

OCTUBRE/21

L	M	X	J	V	S	D
S1				01	02	03
S2	04	05	06	07	08	09
S3	11	12	13	14	15	16
S4	18	19	20	21	22	23
S5	25	26	27	28	29	30
					31	

NOVIEMBRE/21

L	M	X	J	V	S	D
S6	01	02	03	04	05	06
S7	08	09	10	11	12	13
S8	15	16	17	18	19	20
S9	22	23	24	25	26	27
S10	29	30				

DICIEMBRE/21

L	M	X	J	V	S	D
S11			01	02	03	04
S12	06	07	08	09	10	11
S13	13	14	15	16	17	18
S14	20	21	22	23	24	25
	27	28	29	30	31	

ENERO/22

L	M	X	J	V	S	D
					01	02
	03	04	05	06	07	08
S13	10	11	12	13	14	15
S14	17	18	19	20	21	22
S15	24	25	26	27	28	29
Recup	31					

FEBRERO/22

L	M	X	J	V	S	D
Recup	01	02	03	04	05	06
	07	08	09	10	11	12
	14	15	16	17	18	19
S1	21	22	23	24	25	26
	28					

MARZO/22

L	M	X	J	V	S	D
S2		01	02	03	04	05
S3	07	08	09	10	11	12
S4	14	15	16	17	18	19
S5	21	22	23	24	25	26
S6	28	29	30	31		

ABRIL/22

L	M	X	J	V	S	D
S6				01	02	03
S7	04	05	06	07	08	09
	11	12	13	14	15	16
S8	18	19	20	21	22	23
S9	25	26	27	28	29	30

MAYO/22

L	M	X	J	V	S	D
						01
S10	02	03	04	05	06	07
S11	09	10	11	12	13	14
S12	16	17	18	19	20	21
S13	23	24	25	26	27	28
S14	30	31				

JUNIO/22

L	M	X	J	V	S	D
S14			01	02	03	04
S15	06	07	08	09	10	11
Recup	13	14	15	16	17	18
	20	21	22	23	24	25
	27	28	29	30		

JULIO/22

L	M	X	J	V	S	D
				01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

AGOSTO/22

L	M	X	J	V	S	D
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

SEPTIEMBRE/22

L	M	X	J	V	S	D
			01	02	03	04
05	06	07	08	09	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

 **Semana Lectiva**
Grupo Grande

 **Semana Lectiva**
Grupo Reducido

 **Periodo de exámenes**

 **Recuperación de clases**

b. Grado de Marketing e Investigación de Mercados

I. Programación docente

Código	ASIGNATURA	Curso	Semestre	Tipo
101	Fundamentos de Marketing	1	1	Básica
102	Historia Económica	1	1	Básica
103	Introducción a la Economía	1	1	Básica
104	Introducción al Derecho	1	1	Básica
105	Matemáticas para la Economía y la Empresa	1	1	Básica
106	Comportamiento del Consumidor	1	2	Obligatoria
107	Contabilidad	1	2	Básica
108	Estadística I	1	2	Básica
109	Fundamentos de Administración de Empresas	1	2	Básica
110	Marketing Estratégico y Planificación Comercial	1	2	Obligatoria
201	Administración de Organizaciones	2	1	Obligatoria
202	Estadística II	2	1	Obligatoria
203	Gestión de Producto y Precio	2	1	Obligatoria
204	Matemáticas de las Operaciones Financieras	2	1	Básica
205	Microeconomía	2	1	Básica
206	Distribución Comercial	2	2	Obligatoria
207	Finanzas Aplicadas al Marketing	2	2	Obligatoria
208	Investigación de Mercados I	2	2	Obligatoria
209	Macroeconomía	2	2	Obligatoria
210	Régimen Jurídico de la Propiedad Industrial y la Publicidad	2	2	Obligatoria
301	Comunicación Comercial I	3	1	Obligatoria
302	Contabilidad de Gestión	3	1	Obligatoria
303	Dirección de Recursos Humanos	3	1	Obligatoria
304	Dirección de Ventas	3	1	Obligatoria
305	Estadística Multivariante	3	1	Obligatoria
306	Creación de Empresas	3	2	Obligatoria
307	Dirección de la Producción y las Operaciones	3	2	Optativa
308	Econometría	3	2	Optativa
309	Estructura del Comercio Internacional	3	2	Optativa
310	Gestión del Conocimiento	3	2	Optativa
311	Inglés aplicado a la Economía y las Técnicas de Mercado	3	2	Optativa
312	Investigación Cualitativa	3	2	Optativa
313	Investigación de Mercados II	3	2	Obligatoria
314	Merchandising	3	2	Optativa

Código	ASIGNATURA	Curso	Semestre	Tipo
401	Comunicación Comercial II	4	1	Obligatoria
402	Creatividad Publicitaria	4	1	Optativa
403	Derecho de Sociedades Mercantiles	4	1	Optativa
404	Dirección Estratégica	4	1	Optativa
405	Informática Aplicada a la Gestión Comercial	4	1	Optativa
406	Marketing Internacional	4	1	Obligatoria
407	Marketing Turístico	4	1	Optativa
408	Marketing de Servicios	4	1	Obligatoria
409	Matemáticas Aplicadas a la Distribución Comercial	4	1	Optativa
410	Comercio Electrónico	4	2	Optativa
411	Derecho de Consumidores	4	2	Optativa
412	Prácticas en Empresas	4	2	Optativa
413	Psicología Económica y del Consumidor	4	2	Optativa
414	Trabajo Fin de Grado	4	2	Obligatoria

c. Grado Gestión y Administración Pública

I. Programación docente

Código	ASIGNATURA	Curso	Semestre	Tipo
101	Fundamentos de Economía	1	1	Básica
102	Fundamento del Derecho	1	1	Básica
103	Introducción a la Ciencia Política	1	1	Básica
104	Introducción a la Contabilidad	1	1	Básica
105	Introducción a la Estadística	1	1	Básica
106	Ciencia de la Administración	1	2	Básica
107	Derecho Constitucional	1	2	Básica
108	Informática Aplicada a la Gestión Pública	1	2	Básica
109	Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas	1	2	Básica
110	Sociología	1	2	Básica
201	Estructura de la Administración Pública	2	1	Obligatoria
202	Gestión de Datos	2	1	Obligatoria
203	Hacienda Pública	2	1	Obligatoria
204	Técnicas de Investigación Social	2	1	Obligatoria
205	Técnicas y Métodos de Gestión Pública	2	1	Obligatoria
206	Comunicación de las Instituciones Públicas	2	2	Obligatoria
207	Contabilidad Pública	2	2	Obligatoria
208	Derecho Patrimonial de las Administraciones Públicas	2	2	Obligatoria
209	Documentación Administrativa	2	2	Obligatoria
210	Formas de Acción e Intervención de las Administraciones Públicas	2	2	Obligatoria

Código	ASIGNATURA	Curso	Semestre	Tipo
204	Técnicas de Investigación Social	2	1	Obligatoria
205	Técnicas y Métodos de Gestión Pública	2	1	Obligatoria
206	Comunicación de las Instituciones Públicas	2	2	Obligatoria
207	Contabilidad Pública	2	2	Obligatoria
208	Derecho Patrimonial de las Administraciones Públicas	2	2	Obligatoria
209	Documentación Administrativa	2	2	Obligatoria
210	Formas de Acción e Intervención de las Administraciones Públicas	2	2	Obligatoria
301	Contabilidad de Gestión	3	1	Obligatoria
302	Gestión Presupuestaria	3	1	Obligatoria
303	Gestión Tributaria	3	1	Obligatoria
304	Operaciones Financieras en el Sector Público	3	1	Obligatoria
305	Relaciones Laborables en la Administración Pública	3	1	Obligatoria
306	Auditoría Pública	3	2	Obligatoria
307	Estructura Económica	3	2	Obligatoria
308	Ética y Responsabilidad Social de las Organizaciones Públicas	3	2	Obligatoria
309	Gestión de Recursos Humanos	3	2	Obligatoria
310	Sistema e Instituciones Internacionales y Europeas	3	2	Obligatoria
401	Administración Electrónica	4	1	Optativa
402	Análisis de Políticas Públicas	4	1	Obligatoria
404	Hacienda Pública Territorial	4	1	Obligatoria
405	Historia de las Administraciones Públicas	4	1	Optativa
406	Historia Económica	4	1	Optativa
409	Prácticas Externas 1	4	1	Obligatoria
411	Cooperación al Desarrollo	4	1	Optativa
412	Economía de los Servicios Públicos	4	1	Obligatoria
414	Políticas de Igualdad	4	1	Optativa
415	Políticas Medioambientales	4	2	Optativa
416	Prácticas Externas 2	4	2	Optativa
417	Trabajo Fin de Grado	4	2	Obligatoria

d. Master en Dirección y Gestión de Marketing Digital

I. Programación docente

Código	ASIGNATURA	Curso	Semestre	Tipo
101	Creatividad Digital	1	1	Obligatoria
102	Dirección Comercial	1	1	Obligatoria
103	El Comportamiento del E-Consumidor de Contenidos Digitales	1	1	Obligatoria
104	Habilidades Directivas I	1	1	Obligatoria
105	La Responsabilidad Civil en la Sociedad de la Información	1	1	Obligatoria
106	Marketing Digital	1	1	Obligatoria
108	Modelos, Técnicas y Herramientas para el Diseño de Bases de Datos	1	1	Obligatoria
109	Social Media Marketing	1	1	Obligatoria
110	Tecnologías y Herramientas Web	1	1	Obligatoria
111	Aplicaciones Móviles	1	2	Optativa
112	Comercio Electrónico	1	2	Obligatoria
113	Estadística Avanzada para Marketing y Gestión	1	2	Optativa
114	Habilidades Directivas II	1	2	Optativa
115	Marketing de Fidelización Online	1	2	Obligatoria
116	Metodología de la Investigación	1	2	Optativa
117	Mobile Marketing	1	2	Obligatoria
118	Nuevas Tecnologías y Marketing	1	2	Optativa
119	Prácticas en Empresas	1	2	Optativa
120	Publicidad Online	1	2	Obligatoria
121	Reputación de Marca Online	1	2	Obligatoria
122	Seguridad y Redes y Transacciones Online	1	2	Obligatoria
123	Sistemas de Información Geográfica para el Marketing	1	2	Optativa
124	Técnicas para la Toma de Decisiones en Marketing	1	2	Optativa
201	Trabajo Fin de Máster (Académico)	1	2	Obligatoria
202	Trabajo Fin de Máster (Profesional)	1	2	Obligatoria

12 Sistema de garantía de la calidad

a. Renovación de la acreditación de las titulaciones

El 27 de julio de 2022 los tres títulos oficiales de la Facultad de Comercio y Gestión, Grado en Marketing e Investigación de Mercados, Grado en Gestión y Administración Pública y Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital, recibieron la evaluación positiva de la Dirección de Evaluación y Acreditación (DEVA), la Agencia Andaluza del Conocimiento.

La Comisión de Renovación de la Acreditación designada por la DEVA a la vista del autoinforme de acreditación presentado por nuestra Facultad, de las evidencias mostradas y de las aclaraciones y respuestas obtenidas de las personas comparecientes en la visita de acreditación, ha emitido el Informe final en el que certifica y constata el cumplimiento de los criterios establecidos para su renovación. Dicha Comisión ha estado formada por expertos en la materia que han actuado en régimen de independencia y autonomía.

Este proceso ha permitido supervisar la ejecución efectiva de nuestras enseñanzas, así como, informar a la sociedad sobre la calidad de las mismas. **Los principales criterios para su superación** han sido:

- Disponer de mecanismos para **comunicar de manera adecuada** a todos los grupos de interés las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad.
- Poseer un **Sistema de Garantía de la Calidad** determinado e implementado con los mecanismos necesarios para obtener la información sobre el desarrollo de la implantación del título y orientado a la mejora continua.
- El **diseño de la titulación** (perfil de competencias y estructura del curriculum) está actualizado según los requisitos de la disciplina y responde al nivel formativo de Grado/Máster.
- El profesorado previsto para el **desarrollo de la docencia en el Plan de Estudios es suficiente y adecuado** en su cualificación para asegurar la adquisición de las competencias por parte de los estudiantes.
- Las **infraestructuras, recursos y servicios** para el normal funcionamiento del título son los adecuados para las características del título, así como los servicios de orientación e información.
- Las **actividades de formación y de evaluación son coherentes con el perfil** de formación de la titulación y las competencias del título.
- Los **indicadores de satisfacción y de rendimiento**, así como la información sobre la inserción laboral **aportan información útil** para la toma de decisiones y mejoras del programa formativo.

b. Revisión de los planes de estudio de las titulaciones

Durante el presente curso académico se ha continuado trabajando en la **revisión de las tres titulaciones oficiales de la Facultad**, para ello se han reunido en diferentes ocasiones las comisiones nombradas al efecto con el fin de evaluar y debatir las propuestas de los departamentos.

Paralelamente, se han mantenido también encuentros para cada una de las titulaciones con grupos de profesionales y empresas importantes del sector para recoger sus sugerencias al respecto.

c. Información sobre resultados de la docencia oficial

En las siguientes tablas se resumen los resultados del rendimiento académico de las tres titulaciones oficiales en los tres últimos cursos académicos a través de las siguientes tasas:

- **IN12 Tasa de éxito**, (total de créditos superados en el curso/total de créditos presentados en el curso)*100
- **IN11 Tasa de rendimiento**, (total de créditos superados en el curso/total de créditos ordinarios matriculados en el curso)*100
- **IN14 Tasa de evaluación**, (total de créditos presentados en el curso/total de créditos matriculados en el curso)*100
- **IN13 Tasa de eficiencia**, (Sumatorio del número total de créditos del plan de estudios a los que debieron haberse matriculado a lo largo de sus estudios el conjunto de graduados de un determinado año académico / Sumatorio del número total de créditos en los que realmente han tenido que matricularse) *100

Grado de Marketing e Investigación de Mercados

Curso	IN11. Tasa de Rendimiento	IN12. Tasa de Éxito	IN13. Tasa de Eficiencia
2019-20	77,36 %	86,83 %	87,84 %
2020-21	73,87 %	84,26 %	89,82 %
2021-22	68,56 %	82,03 %	88,34 %

Grado en Gestión y Administración Pública

Curso	IN11. Tasa de Rendimiento	IN12. Tasa de Éxito	IN13. Tasa de Eficiencia
2019-20	74,90 %	85,91 %	90,19 %
2020-21	76,00 %	85,28 %	88,43 %
2021-22	64,06 %	77,92 %	86,64 %

Máster en Dirección y Gestión en Marketing Digital

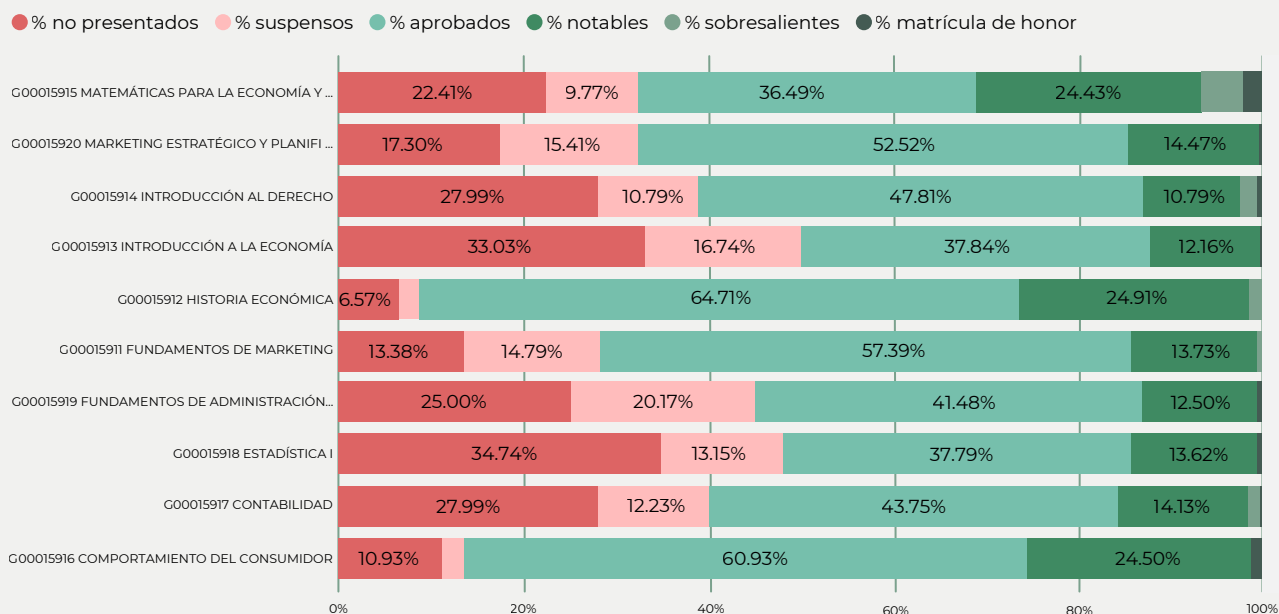
Curso	IN11. Tasa de Rendimiento	IN12. Tasa de Éxito	IN13. Tasa de Eficiencia
2019-20	86,23 %	99,40 %	92,94 %
2020-21	93,46 %	99,71 %	92,48 %
2021-22	85,65 %	99,27 %	97,68 %

Centrándonos en este curso académico se representan gráficamente los resultados de las asignaturas por cursos.

Grado de Marketing e Investigación de Mercados

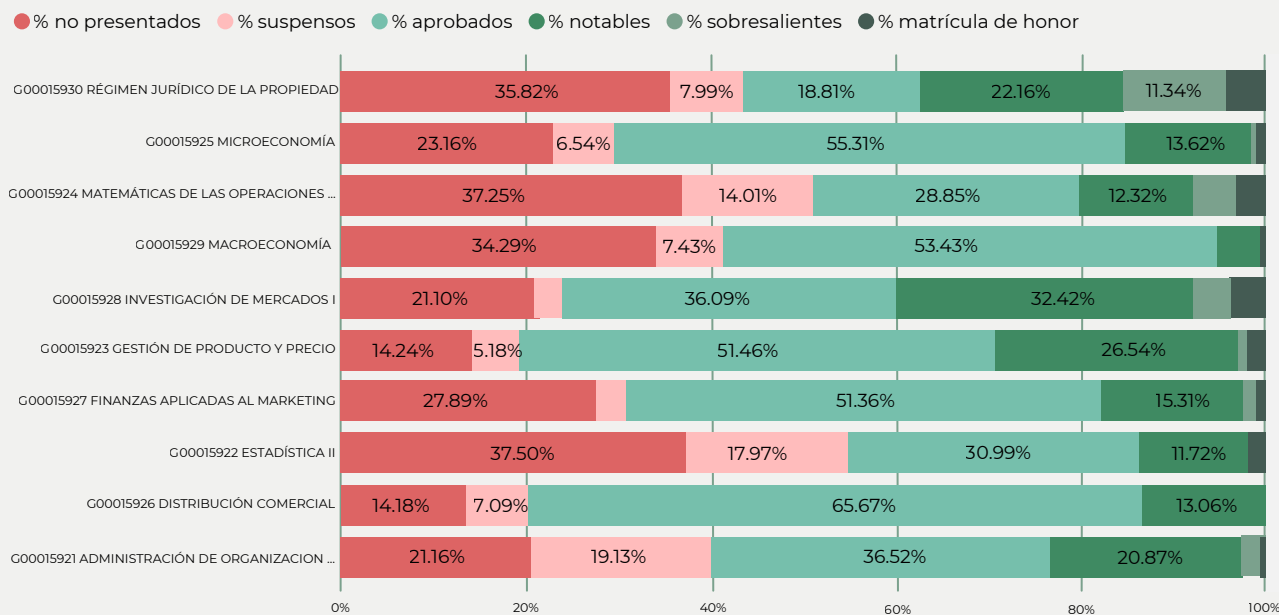
Primero

Resultados asignaturas



Segundo

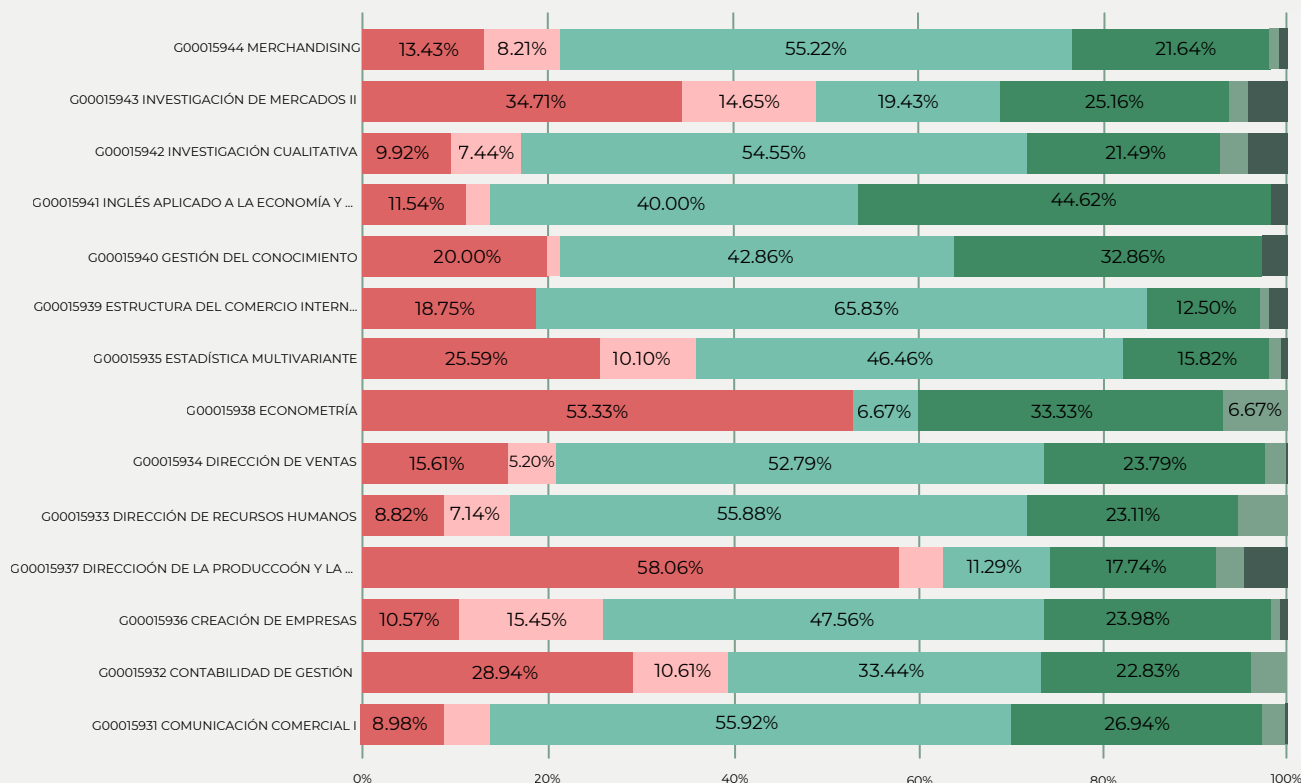
Resultados asignaturas



Tercero

Resultados asignaturas

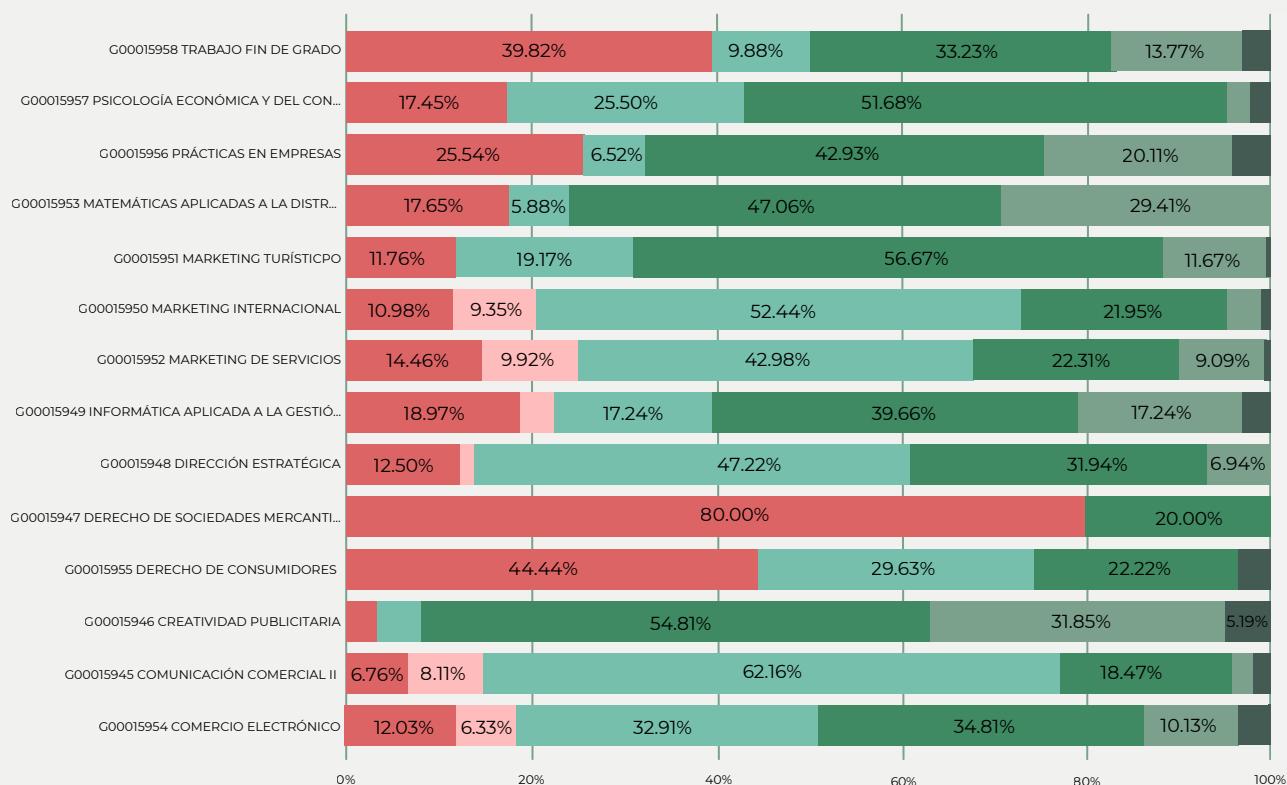
● % no presentados ● % suspensos ● % aprobados ● % notables ● % sobresalientes ● % matrícula de honor



Cuarto

Resultados asignaturas

● % no presentados ● % suspensos ● % aprobados ● % notables ● % sobresalientes ● % matrícula de honor

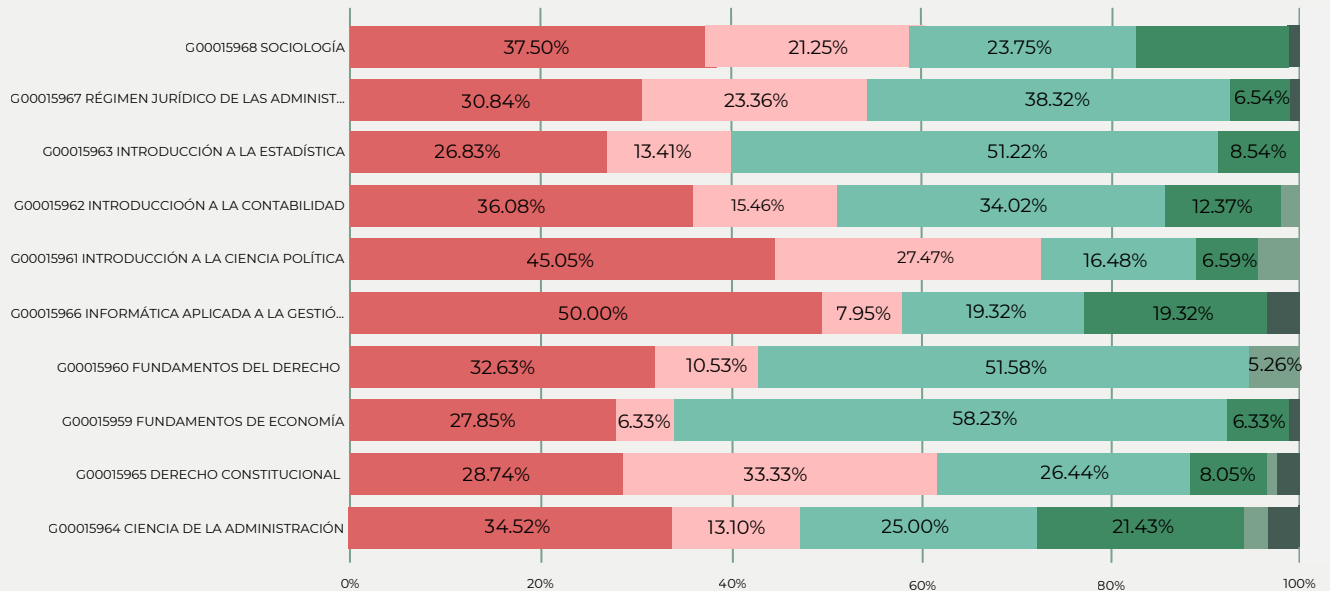


Graduado en Gestión y Administración Pública

Primero

Resultados asignaturas

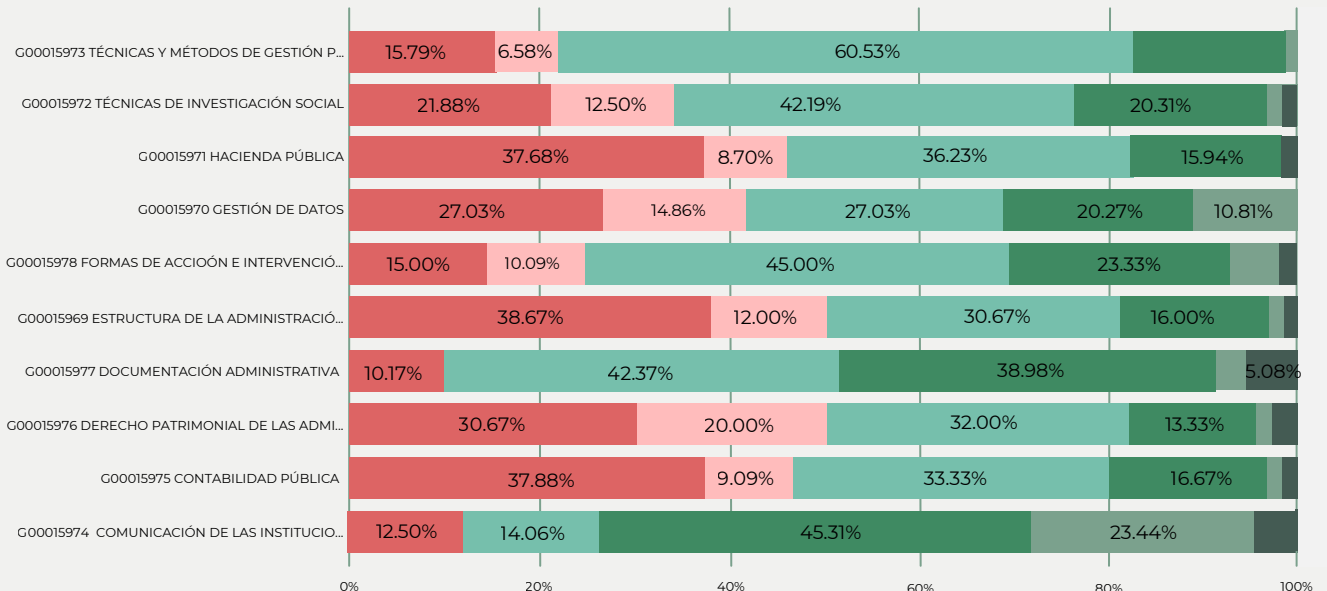
● % no presentados ● % suspensos ● % aprobados ● % notables ● % sobresalientes ● % matrícula de honor



Segundo

Resultados asignaturas

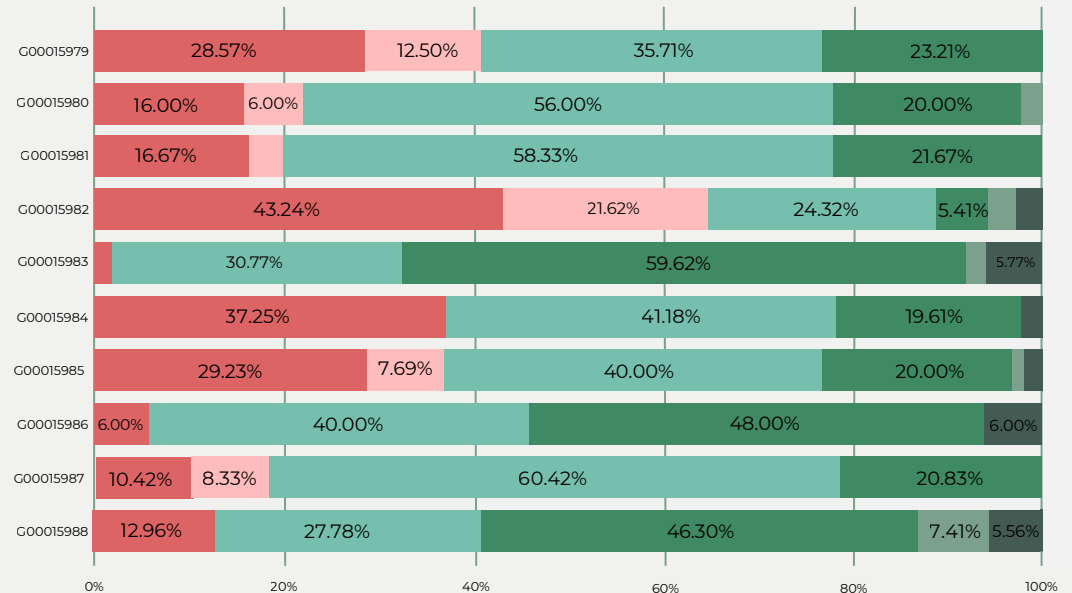
● % no presentados ● % suspensos ● % aprobados ● % notables ● % sobresalientes ● % matrícula de honor



Tercero

Resultados asignaturas

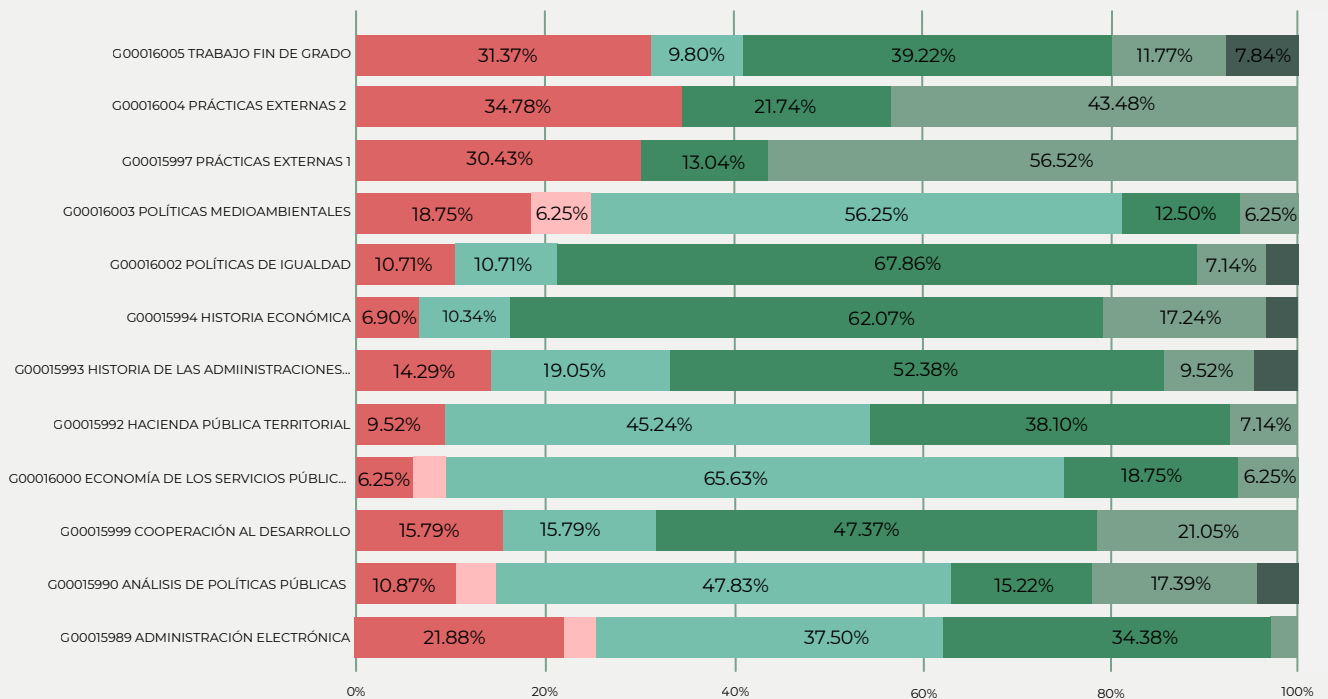
● % no presentados ● % suspensos ● % aprobados ● % notables ● % sobresalientes ● % matrícula de honor



Cuarto

Resultados asignaturas

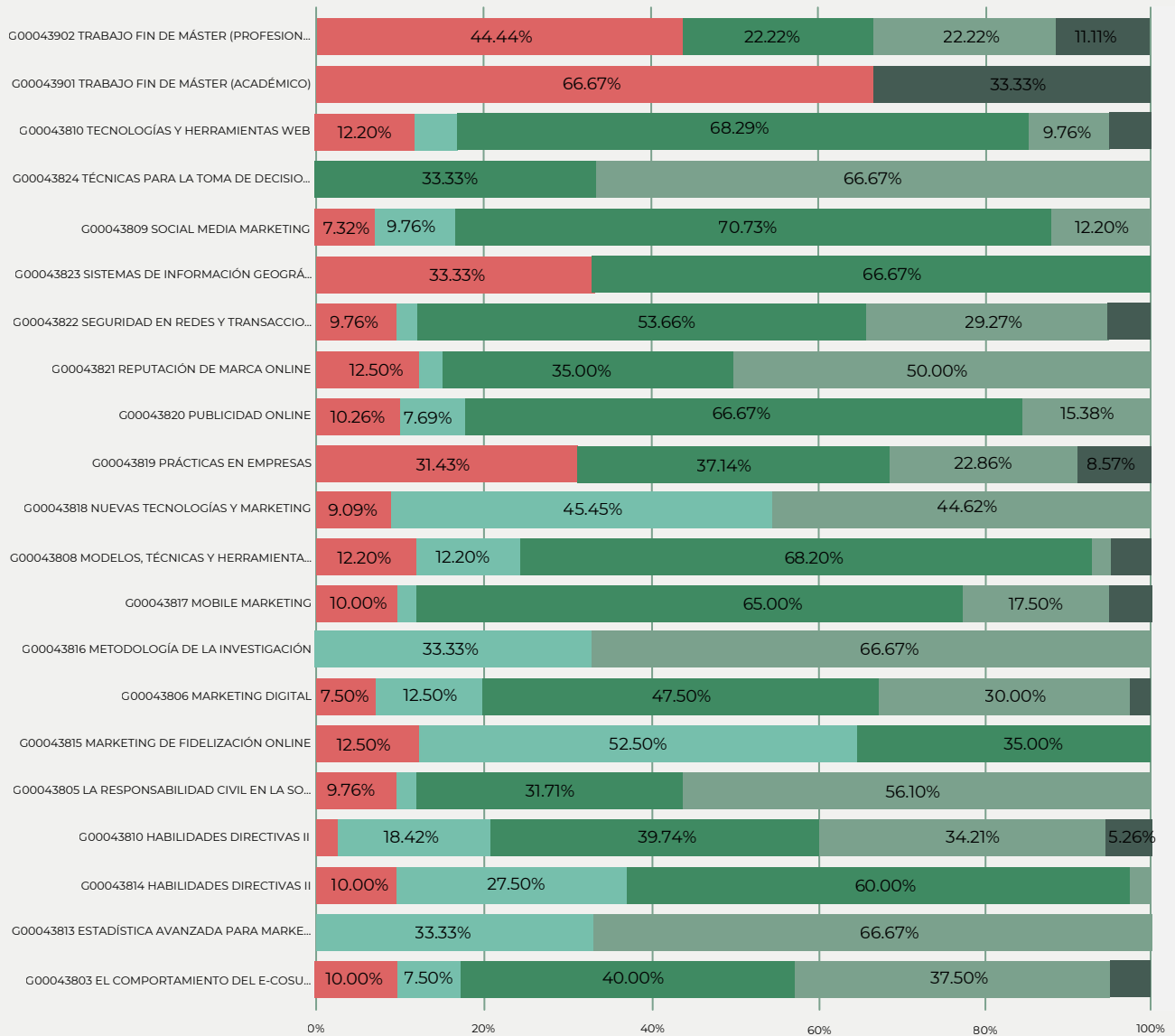
● % no presentados ● % suspensos ● % aprobados ● % notables ● % sobresalientes ● % matrícula de honor



Máster

Resultados asignaturas

● % no presentados ● % suspensos ● % aprobados ● % notables ● % sobresalientes ● % matrícula de honor



d. Análisis de la satisfacción con el centro y las titulaciones

La satisfacción de los diferentes grupos de interés tanto con el centro como con las titulaciones se pueden observar en las siguientes tablas

Satisfacción del alumnado con los servicios que ofrece el Centro

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Curso	2020-21	2021-22
IN40_Satisfacción con el Servicio de Biblioteca	4,03	4,10
IN40_Satisfacción con el Servicio de cafetería	4,18	4,22
IN40_Satisfacción con los servicios del Centro	3,52	3,44
IN40_Satisfacción con Servicio de Conserjería	3,68	3,60
IN40_Satisfacción con Servicio de limpieza	4,50	4,59
IN40_Satisfacción con Servicio de Secretaría	3,09	2,84
IN40. Actividades de apoyo a la formación (seminarios, charlas de profesores visitantes, charlas de empresas, etc.)	3,19	3,33
IN40. Actividades de sensibilización medioambiental que se organizan desde tu centro o desde la universidad	2,76	3,02
IN40. Información relevante del título en la web oficial, Información relevante del título difundida a través de campus virtual, redes sociales	3,24	3,19
IN40. Nivel de satisfacción del estudiante con los servicios del Centro	3,86	3,85
IN41_Nivel de Satisfacción con las Aulas, talleres, laboratorios y otros espacios de docencia	3,73	3,85

Grado en Gestión y administración Pública

Curso	2020-21	2021-22
IN40_Satisfacción con el Servicio de Biblioteca	3,97	4,21
IN40_Satisfacción con el Servicio de cafetería	3,85	4,39
IN40_Satisfacción con los servicios del Centro	3,68	3,65
IN40_Satisfacción con Servicio de Conserjería	3,79	3,71
IN40_Satisfacción con Servicio de limpieza	4,21	4,24
IN40_Satisfacción con Servicio de Secretaría	3,41	3,16
IN40. Actividades de apoyo a la formación (seminarios, charlas de profesores visitantes, charlas de empresas, etc.)	3,26	2,85
IN40. Actividades de sensibilización medioambiental que se organizan desde tu centro o desde la universidad	3,03	3,05
IN40. Información relevante del título en la web oficial, Información relevante del título difundida a través de campus virtual, redes sociales, o Información relevante del título en la web oficial	3,21	3,26
IN40. Nivel de satisfacción del estudiante con los servicios del Centro	3,81	3,85
IN41_Nivel de Satisfacción con las Aulas, talleres, laboratorios y otros espacios de docencia	3,79	3,64

Máster en Dirección y Gestión del Marketing Digital

Curso	2020-21	2021-22
IIN40_Satisfacción con el Servicio de Biblioteca	4,17	4,43
IN40_Satisfacción con el Servicio de cafetería	4,18	4,37
IN40_Satisfacción con los servicios del Centro	3,84	3,70
IN40_Satisfacción con Servicio de Conserjería	4,07	3,59
IN40_Satisfacción con Servicio de limpieza	4,35	4,38
IN40_Satisfacción con Servicio de reprografía (si existe en tu Centro)		
IN40_Satisfacción con Servicio de Secretaría	3,63	3,08
IN40. Actividades de apoyo a la formación (seminarios, charlas de profesores visitantes, charlas de empresas, etc.)	3,84	3,32
IN40. Actividades de sensibilización medioambiental que se organizan desde tu centro o desde la universidad	3,54	2,15
IN40. Información relevante del título en la web oficial, Información relevante del título difundida a través de campus virtual, redes sociales, etc. o Información relevante del título en la web oficial	4,00	3,02
IN40. Nivel de satisfacción del estudiante con los servicios del Centro (1-5)	4,11	3,94
IN41_Nivel de Satisfacción con las Aulas, talleres, laboratorios y otros espacios de docencia	4,12	4,00

Satisfacción del alumnado con el profesorado que ofrece el Centro

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Curso		2021-22
Nº	Aspectos a valorar	Promedio de la titulación
1	El/la profesor/a informa sobre los distintos aspectos de la guía docente o programa de la asignatura	4,35
2	El profesor cumple con la planificación establecida en la guía docente/programa de la asignatura	4,46
3	Se han coordinado las actividades teóricas y prácticas previstas	4,43
4	El/la profesor/a organiza bien las actividades que se realizan en clase	4,23
5	Utiliza recursos didácticos que facilitan el aprendizaje	4,38
6	Explica con claridad, seguridad y resalta los contenidos importantes	4,18
7	Se interesa por el grado de comprensión de sus explicaciones	4,28
8	Resuelve las dudas que se le plantean	4,47
9	Motiva a los/as estudiantes para que se interesen por la asignatura	4,12
10	Es respetuoso/a en el trato con los/as estudiantes	4,59
11	Tengo claro lo que debo aprender para superar esta asignatura	4,20
12	Los criterios y sistemas de evaluación establecidos los considero adecuados para valorar mi aprendizaje	4,13
13	Las actividades desarrolladas están contribuyendo a alcanzar los objetivos de la asignatura	4,25
14	Estoy satisfecho/a con la labor docente de este/a profesor/a	4,30

Grado en Gestión y Administración Pública

Curso		2021-22
Nº	Aspectos a valorar	Promedio de la titulación
1	El/la profesor/a informa sobre los distintos aspectos de la guía docente o programa de la asignatura	4,35
2	El profesor cumple con la planificación establecida en la guía docente/programa de la asignatura	4,48
3	Se han coordinado las actividades teóricas y prácticas previstas	4,50
4	El/la profesor/a organiza bien las actividades que se realizan en clase	4,24
5	Utiliza recursos didácticos que facilitan el aprendizaje	4,34
6	Explica con claridad, seguridad y resalta los contenidos importantes	3,96
7	Se interesa por el grado de comprensión de sus explicaciones	4,12
8	Resuelve las dudas que se le plantean	4,44
9	Motiva a los/as estudiantes para que se interesen por la asignatura	3,91
10	Es respetuoso/a en el trato con los/as estudiantes	4,65
11	Tengo claro lo que debo aprender para superar esta asignatura	4,23
12	Los criterios y sistemas de evaluación establecidos los considero adecuados para valorar mi aprendizaje	4,18
13	Las actividades desarrolladas están contribuyendo a alcanzar los objetivos de la asignatura	4,32
14	Estoy satisfecho/a con la labor docente de este/a profesor/a	4,18

Máster en Dirección y Gestión del Marketing Digital

Curso		2021-22
Nº	Aspectos a valorar	Promedio de la titulación
1	El/la profesor/a informa sobre los distintos aspectos de la guía docente o programa de la asignatura	4,57
2	El profesor cumple con la planificación establecida en la guía docente/programa de la asignatura	4,59
3	Se han coordinado las actividades teóricas y prácticas previstas	4,48
4	El/la profesor/a organiza bien las actividades que se realizan en clase	4,25
5	Utiliza recursos didácticos que facilitan el aprendizaje	4,43
6	Explica con claridad, seguridad y resalta los contenidos importantes	4,31
7	Se interesa por el grado de comprensión de sus explicaciones	4,33
8	Resuelve las dudas que se le plantean	4,55
9	Motiva a los/as estudiantes para que se interesen por la asignatura	4,22
10	Es respetuoso/a en el trato con los/as estudiantes	4,82
11	Tengo claro lo que debo aprender para superar esta asignatura	4,27
12	Los criterios y sistemas de evaluación establecidos los considero adecuados para valorar mi aprendizaje	4,32
13	Las actividades desarrolladas están contribuyendo a alcanzar los objetivos de la asignatura	4,23
14	Estoy satisfecho/a con la labor docente de este/a profesor/a	4,36

Satisfacción de los egresados

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Curso	2021-22
	Promedio de valor
Adecuación de la formación recibida con las exigencias del mercado laboral	2,76
Adquisición de competencias	3,33
Conocimientos teóricos/prácticos adquiridos	3,36
Instalaciones y recursos materiales	4,23
Organización del título	3,46
Profesorado del título	3,56
Trabajo fin de estudios	3,80
Valoración global del título	3,49
Total	3,50

Grado en Gestión y Administración Pública

Curso	2021-22
	Promedio de valor
Adecuación de la formación recibida con las exigencias del mercado laboral	3,56
Adquisición de competencias	3,88
Conocimientos teóricos/prácticos adquiridos	3,78
Instalaciones y recursos materiales	4,28
Organización del título	3,83
Profesorado del título	3,56
Trabajo fin de estudios	3,83
Valoración global del título	3,94
Total	3,83

Máster en Dirección y Gestión del Marketing Digital

Curso	2021-22
	Promedio de valor
Adecuación de la formación recibida con las exigencias del mercado laboral	3,67
Adquisición de competencias	4,00
Conocimientos teóricos/prácticos adquiridos	4,33
Instalaciones y recursos materiales	4,33
Organización del título	4,00
Profesorado del título	4,33
Trabajo fin de estudios	4,33
Valoración global del título	4,00
Total	4,13

Satisfacción del profesorado

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Curso	2021-22
Preguntas	Promedio de valoración
Asuntos Económicos (Gerencia)	4,03
Biblioteca	4,32
Cafetería	3,44
Conserjería (SICAU)	4,60
Coordinación horizontal de las materias	3,72
Coordinación vertical de las materias	3,65
Cualificación de los profesores que imparten docencia en la titulación	4,23
Cualificación del PAS asignado al centro	4,53
Dedicación de los estudiantes	2,97
Enseñanza Virtual/Aulas de informática	4,55
Formación básica de los estudiantes que ingresan	
Formación de los estudiantes que ingresan	2,93
IN48.Grado de satisfacción general con la titulación	3,96
Información proporcionada a los alumnos en la web del título	
Información proporcionada en la web del título	4,20
Instalaciones e infraestructuras	4,13
Labor realizada por el Equipo Decanal/Directivo	4,36
Organización y desarrollo del título	3,91
OTRI	4,46
Programas de acogida y orientación al alumnado de nuevo ingreso	4,14
Ratio alumnos/profesor	
Ratio alumnos/profesor en la asignatura o asignaturas que imparte	3,31
Reprografía o copistería	4,58
Secretaría	4,35
Servicio Central de Informática (SCI)	4,33
Servicio de Calidad	4,03
Servicio de Doctorado	4,31
Servicio de Empleabilidad y Emprendimiento	3,97
Servicio de Formación	4,03
Servicio de Investigación	4,19
Servicio de limpieza	4,35
Servicio de Ordenación Académica	4,25
Servicio de PDI	4,29
Servicio de Prevención	4,00
Uso y aprovechamiento de las tutorías por parte del alumnado	2,14
Total	3,93

Grado en Gestión y Administración Pública

Curso	2021-22
Preguntas	Promedio de valoración
Asuntos Económicos (Gerencia)	4,00
Biblioteca	4,58
Cafetería	3,63
Conserjería (SICAU)	4,52
Coordinación horizontal de las materias	3,89
Coordinación vertical de las materias	3,84
Cualificación de los profesores que imparten docencia en la titulación	4,57
Cualificación del PAS asignado al centro	4,47
Dedicación de los estudiantes	3,00
Enseñanza Virtual/Aulas de informática	4,41
Formación básica de los estudiantes que ingresan	
Formación de los estudiantes que ingresan	2,82
IN48.Grado de satisfacción general con la titulación	4,00
Información proporcionada a los alumnos en la web del título	
Información proporcionada en la web del título	4,16
Instalaciones e infraestructuras	4,23
Labor realizada por el Equipo Decanal/Directivo	4,61
Organización y desarrollo del título	3,97
OTRI	4,45
Programas de acogida y orientación al alumnado de nuevo ingreso	4,38
Ratio alumnos/profesor	
Ratio alumnos/profesor en la asignatura o asignaturas que imparte	3,68
Reprografía o copistería	4,61
Secretaría	4,22
Servicio Central de Informática (SCI)	4,42
Servicio de Calidad	4,31
Servicio de Doctorado	4,55
Servicio de Empleabilidad y Emprendimiento	3,67
Servicio de Formación	4,27
Servicio de Investigación	4,53
Servicio de limpieza	4,45
Servicio de Ordenación Académica	4,27
Servicio de PDI	4,29
Servicio de Prevención	3,87
Uso y aprovechamiento de las tutorías por parte del alumnado	2,85
Total	3,98

Máster en Dirección y Gestión del Marketing Digital

Curso	2021-22
Preguntas	Promedio de valoración
Asuntos Económicos (Gerencia)	3,83
Biblioteca	4,20
Cafetería	2,33
Conserjería (SICAU)	4,86
Coordinación horizontal de las materias	3,88
Coordinación vertical de las materias	4,00
Cualificación de los profesores que imparten docencia en la titulación	4,29
Cualificación del PAS asignado al centro	4,43
Dedicación de los estudiantes	3,29
Enseñanza Virtual/Aulas de informática	4,57
Formación básica de los estudiantes que ingresan	
Formación de los estudiantes que ingresan	3,47
IN48.Grado de satisfacción general con la titulación	4,06
Información proporcionada a los alumnos en la web del título	
Información proporcionada en la web del título	4,76
Instalaciones e infraestructuras	3,75
Labor realizada por el Equipo Decanal/Directivo	4,38
Organización y desarrollo del título	4,24
OTRI	4,60
Programas de acogida y orientación al alumnado de nuevo ingreso	4,60
Ratio alumnos/profesor	
Ratio alumnos/profesor en la asignatura o asignaturas que imparte	4,00
Reprografía o copistería	4,67
Secretaría	3,83
Servicio Central de Informática (SCI)	4,29
Servicio de Calidad	4,00
Servicio de Doctorado	4,00
Servicio de Empleabilidad y Emprendimiento	4,00
Servicio de Formación	4,14
Servicio de Investigación	3,86
Servicio de limpieza	3,86
Servicio de Ordenación Académica	3,83
Servicio de PDI	4,00
Servicio de Prevención	3,67
Uso y aprovechamiento de las tutorías por parte del alumnado	2,29
Total	3,94

Satisfacción del Personal de Administración y Servicios

Curso	2021	2022
Tabla pregunta clima laboral	IND_56	IND_56
Los recursos materiales con los que cuento son suficientes para desempeñar mi trabajo	4,27	4,22
Los planes de formación tienen en cuenta mis necesidades	3,33	3,56
Las tareas que realizo se corresponden con las funciones de mi puesto	4,00	3,94
Las condiciones ambientales (iluminación, climatización, etc.) de mi puesto son buenas	4,00	3,94
Las cargas de trabajo están bien repartidas	4,07	3,89
Hay una comunicación fluida entre el personal	4,27	4,00
En mi trabajo puedo ser creativo/a	3,93	3,78
En mi ausencia hay flexibilidad para que otros asuman mis tareas	3,67	4,06
En general, con mi puesto de trabajo estoy	4,00	4,22
El/la Jefe/a dirige eficazmente el trabajo en equipo	4,00	4,22
Cuando es necesario, la Universidad me facilita formación al margen del Plan de Formación del PAS	3,07	3,33
Conozco la misión/visión y procesos de mi Unidad/Servicio	4,20	4,39
Con mis posibilidades de promocionar, estoy	2,80	3,06
Con mis compañeros y compañeras de trabajo, estoy	4,40	4,28
Con mi superior/a inmediato/a, estoy	4,00	4,22
Con las condiciones físicas del trabajo, estoy	4,07	4,33
Con la organización del trabajo que actualmente tengo, estoy	3,87	4,06
Con el reconocimiento que obtengo por el trabajo bien hecho, estoy	4,00	3,83
Total	3,89	3,96

13

Departamentos y profesorado

a. Departamentos con docencia en la Facultad

Ciencia política, Derecho Internacional Público y Derecho Procesal
Comunicación audiovisual y Publicidad
Contabilidad y Gestión
Derecho Civil, Derecho Eclesiástico, del Estado y Derecho Romano
Derecho del Estado y Sociología
Derecho del Trabajo y de la seguridad Social
Derecho financiero, Economía Política y Filosofía del Derecho
Derecho Privado Especial
Derecho Público
Economía Aplicada (Estadística y Econometría)

Economía Aplicada (Estructura Económica)
Economía Aplicada (Hacienda Pública)
Economía Aplicada (Matemáticas)
Economía y administración de Empresas
Filología Española II y Teoría de la Literatura
Filología Griega, Estudios Árabes, Lingüística General y Documentación
Filología Inglesa, Francesa y Alemana
Finanzas y Contabilidad
Lenguaje y Ciencias de la Computación
Teoría e Historia Económica

b. Profesorado con docencia oficial en la Facultad

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Aguilar Illescas, Rocío
Aguilar Ramos, María Isabel
Alarcón Urbistondo, María Del Pilar
Alba Fuerte, Isabel María
Albanchez Blanco, José Luis
Alcázar Martínez, Benjamín Del
Álvarez Jiménez, Isabel María
Andrés Reina, María Paz
Antón Tejón, Marcos
Ayala Viñas, Inmaculada
Bentabol Manzanares, María Amparo
Bermúdez González, Guillermo José
Bongers Chicano, Aneli María
Cabello González, José Manuel
Calderón Fajardo, Víctor
Casado Casado, Belén María
Casado Molina, Ana María
Casquero Tomas, Antonio
Castillo García, Agustín Del
Chen, Fang Wei
Cortes Fernández, Luis
Cruces Pastor, Eugenia María
Cruz Duran, Belén

Cruz Ruiz, Elena De Los Reyes
Díaz Casquero, Álvaro
Díaz Díez, Barbara
Doblas Arrebola, Salvador
El Gibari Ben Said, Samira
Esteban Pagola, Ana Isabel
Falgueras Sorauren, Ignacio
Fernández Díaz, Elena
Fernández Martínez, Rosa María
Galindo Reyes, Fuensanta Carmen
Gallego Galán, Inmaculada
García Sánchez, María Dolores
García-Agua Agüera, Antonio Luis
Gómez Machado, José Antonio
González Lozano, Mercedes
González Martín, Salvador
González Pérez, Víctor Modesto
González Robles, Eva María
Guerrero Barrionuevo, Antonia María
Herrera Fernández, Juan Antonio
Iglesias Sánchez, Patricia Pilar
Jambrino Maldonado, María Carmen
Jiménez López, José Antonio

Jódar Sánchez, Francisco
 Jurado Caraballo, María Ángeles
 López Jiménez, José María
 López Subires, María Deseada
 López Toro, Alberto Antonio
 Lozano Peña, Antonio Vicente
 Lucía Casademunt, Ana María
 Luna Jiménez, María José
 Luque Jiménez, María Del Carmen
 Maldonado Canca, Luis Alfonso
 Martens Jiménez, Isabel Luisa
 Martin Armario, Julita
 Martin Cristauro, Verónica
 Martin Fuster, Jesús
 Martin Machuca, Marta Isabel
 Martínez Martínez, Sofía Louise
 Mercade Mele, Pere
 Molina Gómez, Jesús
 Mora Lima, Pedro
 Morales Siles, Antonio José
 Moreno Lorente, Francisco De Asís
 Muñoz González, Francisco Javier
 Muñoz Martos, María Del Mar
 Nadales Rodríguez, Daniel
 Navarrete Molina, Pedro
 Navarrete Otero, Lourdes
 Pastor García, María Inmaculada
 Pastrana Esparraga, María
 Pérez García, Fátima
 Plaza Angulo, Juan José

Prieto Latorre, Claudia
 Quero Gervilla, María Jose
 Ríos Rodríguez, María Luisa
 Rodríguez Barquero, Antonio Francisco
 Rodríguez Cívico, Rocío
 Rodríguez Lara, Ismael
 Rodríguez Rosado Martínez Echeverría, Bruno
 Rodríguez-Passolas Cantal, Luis
 Rojas De Gracia, María Mercedes
 Rueda González, Fuensanta Pilar
 Ruiz De La Rúa, Francisco
 Ruiz Mora, Ana Belén
 Ruiz Muñoz, José María
 Ruiz Palomo, Daniel
 Ruiz Reina, Miguel Ángel
 Sánchez Toledano, Joaquín Ignacio
 Santiago Méndez, Gloria
 Segura Álvarez, Silvia Lisbeth
 Sierra Herrezuelo, Placido
 Sierra Martin, Mario
 Torrico González, Ángel
 Triguero Ruiz, Francisco Andrés
 Trujillo Vílchez, Francisco José
 Vallespín Aran, María Luisa
 Valverde Zambrana, José María
 Varga Salto, José María De La
 Vivero De Porras, María Del Carmen De
 Zamarreño Aramendia, Gorka

Grado en Gestión y Administración Pública

Aguilera Portales, Rafael
 Albendiz Leña, Antonio
 Alcalá Rueda, María José
 Antúñez Torres, Antonio
 Campo Ávila, José Del
 Cantalejo García, Francisco
 Cembellin Pages, Luis
 Doblaz Arrebola, Salvador
 Escámez Navas, Sebastián Jesús
 Fernández García, Ana Belén
 Fuentes García, Rafael Ángel
 García Calvente, Yolanda
 García Fernández, María Auxiliadora
 García López, Montserrat
 García Luque, Elisa Isabel
 Garrido Mora, Manuel

Gómez Camarero, María Del Carmen
 Gómez Salado, Miguel Ángel
 Guijarro Hernández, José Javier
 Hernández Del Castillo, Alejandro José
 Hurtado Requena, Sandro José
 Lecuona Prats, Emilio Roque
 Luna Jiménez, María José
 Molina Ruiz, Salvador Javier
 Montes Adalid, Gloria María
 Navarrete Otero, Lourdes
 Navarro Del Águila, María Del Carmen
 Onieva González, José Antonio
 Plaza Angulo, Juan José
 Rangel Rojas, María Del Pilar
 Romero Pardo, María Paz
 Salafanca Vázquez, Débora

Sánchez González, Juan Francisco
Sánchez Maldonado, José
Sánchez Toledano, Joaquín Ignacio
Sedeño López, José Francisco
Soler García, Ismael Pablo

Soto Moya, María Del Mar
Trujillo Pérez, Antonio Javier
Trujillo Vílchez, Francisco José
Valencia Quintero, María José
Valencia Saiz, Ángel

Máster en Dirección y Gestión del Marketing Digital

Aguilar Illescas, Rocío
Aguilar Ramos, María Isabel
Alarcón Urbistondo, María Del Pilar
Alba Fuerte, Isabel María
Alcázar Martínez, Benjamín Del
Amor Pinilla, María Mercedes
Anaya Sánchez, Rafael
Caballero Fernández, Rafael Enrique
Campo Ávila, José Del
Cantalejo García, Francisco
Carrasco Santos, María Jesús
Casado Molina, Ana María
Díaz Casquero, Álvaro
Díaz Díez, Barbara
Franco, Leonardo
Gallego Galán, Inmaculada

González Hernández, Antonio
Jambrino Maldonado, María Carmen
Molina Gómez, Jesús
Molinillo Jiménez, Sebastián
Montenegro Montes, José Antonio
Mora López, Llanos
Moreno Vergara, Natalia
Muñoz Gallego, Antonio Jesús
Muñoz Martos, María Del Mar
Orgambidez Ramos, Alejandro
Pérez Aranda, Javier Ramon
Pintor Anaya, Juan Luis
Rejón Guardia, Francisco
Rojas De Gracia, María Mercedes
Ruiz De La Rúa, Francisco
Saborido Sánchez, María Paloma

Durante el presente curso académico han tomado posesión como Titulares de Universidad:

La profesora **Dña. Fuensanta Galindo Reyes** del Departamento de Economía y Administración de Empresas



La profesora **Dña. María Mercedes Rojas de Gracia**, del Departamento de Economía y Administración de Empresas



El profesor **D. Francisco Rejón Guardia** del Departamento de Economía y Administración de Empresas



El profesor **D. Jesús Molina** del Departamento de Economía y Administración de Empresas

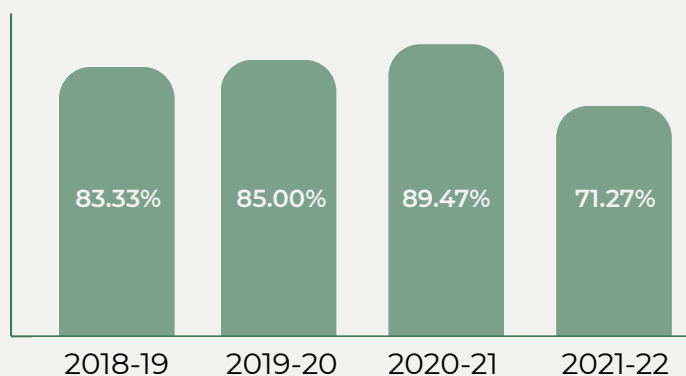


c. Estadística del profesorado

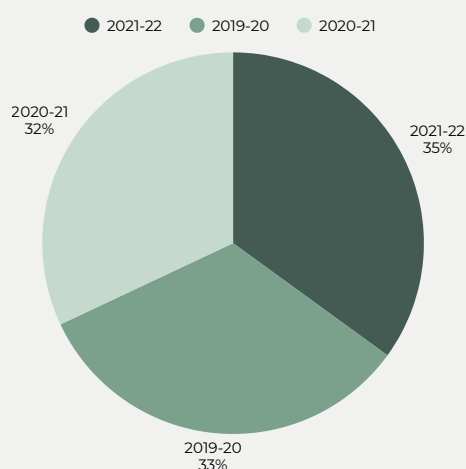
En la siguiente tabla se muestran las estadísticas del profesorado de los últimos cuatro años

Curso Académico	2019	2020	2021	2022
Funcionario				
Catedrático de Universidad	8	13	13	9
Profesor Titular de Universidad	35	32	44	42
Catedrático de Escuela Universitaria	6	6	6	5
Profesor Titular de Escuela Universitaria	9	7	5	5
Laboral Permanente				
Profesor Contratado Doctor	19	25	16	17
Profesor Ayudante Doctor LOU	6	9	7	18
Profesor Colaborador LOU	2	2	1	1
Prof. permanente laboral/Prof. CTD				
No Permanente				
Contratado Postdoctoral para captación de talento	2		1	
Investigador con cargo a Proyecto			1	1
Investigador Postdoctoral	2			
Personal Investigador en Formación	1	4		
Profesor Asociado LOU	48	38	39	42
Profesor contratado doctor temporal	2		2	1
Profesor sustituto interino	32	40	52	40
Total	172	176	187	181

El porcentaje de profesorado doctor es el que se describe en la siguiente gráfica:



Por lo que respecta al porcentaje de profesorado funcionario se puede representar a través de la siguiente gráfica:



14 Personal de administración y servicios

a. Secretaría

Jefa de sección

Dña. María Gómez Moreno

Personal

Dña. María Vicenta Blanes Ruíz
Dña. María Paz García Luque
Dña. María del Mar Garrido Sevilla
Dña. María Vergara Mayo
D. José R. Rodríguez Urrestarazu
Dña. Gema Quintana Sánchez

Ubicación: Primera planta, módulo 3

b. Información, Consejería y Atención al Usuario

Encargada del equipo

Dña. Luisa Cordero Carreras

Personal

Dña. Margarita Alarcon Fernández

D. Francisco J. Cano Moyano

D. Jesús M^a Gámez Molina

Dña. Carmen Maza Ciordia

Dña. María Luz Morales Bueno

D. Francisco A. Ollero Puche

D. Andrés Salinas Escarvajal

Ubicación: Primera planta

c. Aulas de informática

Personal

D. Ricardo Aguilar Sepúlveda

D. Miguel A. Sánchez del Río García

Ubicación: Cuarta planta

d. Biblioteca

Personal

Dña. Clara Isabel Pérez Zalama

Ayudante de biblioteca

Dña. María del Mar Barrios Rozúa

Atención al público

D. Ramón Aranda Quintana

Dña. Ana Carmen Calderón Cabezas

Dña. Francisca Calderón Cabezas

Dña. Purificación Fernández Santaella

Dña. Eduvigis Jiménez Ortigosa

D. Ricardo Navajas Ortega

Dña. Eladia redondo Redondo

Tareas técnicas

D. Germán García Carrera

Ubicación: Planta baja

15 Estudiantado

a. Premios extraordinarios y distinciones

Los premios extraordinarios al mejor expediente académico, que reconoce a aquellos alumnos que, en cada titulación, hayan obtenido la mayor calificación de su promoción, y que fueron concedidos de oficio a:

- Mejor expediente académico en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados: **D. Dmytro Saganovskiy**.
- Mejor expediente académico en el Grado en Gestión y Administración Pública: **D. José Miguel Bravo Pérez**.
- Mejor expediente académico en el Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital: **D. Fernando Jesús Navarro Lucena**.
- Mejor Trabajo Fin de Grado en Marketing e Investigación de Mercados: **Dña. Elena Luque Hinojosa**.
- Mejor Trabajo Fin de Grado en Gestión y Administración Pública: **D. José Miguel Bravo Pérez**.
- Mejor Trabajo Fin de Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital: **D. Fernando Jesús Navarro Lucena**.



Mejor expediente académico en el Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital: D. Fernando Jesús Navarro Lucena



Mejor Trabajo Fin de Grado en Marketing e Investigación de Mercados: Dña. Elena Luque Hinojosa



Mejor Trabajo Fin de Grado en Gestión y Administración Pública: D. José Miguel Bravo Pérez

La Distinción al Alumno Destacado, destinada a reconocer a aquellos estudiantes de últimos cursos de carrera que hayan demostrado un especial compromiso de colaboración, participación e implicación en las actividades del centro ha recaído sobre a **D. Andrés Zarzuela Montoya**.



La Distinción al Egresado de Honor, por su parte, es un reconocimiento a la trayectoria profesional de los antiguos alumnos de la facultad, que hayan destacado de manera notable en el desarrollo de su actividad profesional o social. En esta ocasión, se han distinguido tres premios, uno por cada titulación oficial impartida en el centro.

- Así, el Egresado de Honor del **Grado en Gestión y Administración Pública** se entregó a **D. Miguel Puntiverio Codes**, funcionario de carrera en el juzgado de lo social número 3 de Granollers, que ocupa desde mayo de 2021 el puesto de Tramitador Procesal y Administrativo. Previamente había ocupado diversos puestos en el Servicio de Gestión de la Investigación en la Universidad de Almería, y de asesor jurídico en el Ayuntamiento de Serrato.
- Por su parte, la Egresada de Honor del **Grado en Marketing e Investigación de Mercados** fue concedida a **Dña. Elena Márquez Fernández**, que actualmente es Account Executive en Holded, una de las empresas de mayor prestigio en su sector, y que previamente, había ocupado diversos puestos de responsabilidad de marketing en empresas nacionales e internacionales.
- Finalmente, se otorgó la distinción al Egresado de Honor del **Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital** a **D. Jesús Cádiz Palacios**, que actualmente ocupa el cargo de Cluster Revenue Manager en Marriot International, una de las cadenas hoteleras más prestigiosas del mundo, y que previamente, ha ocupado diversos puestos de responsabilidad de marketing digital en importantes empresas del sector hotelero, como The Ritz-Carlton Hotels Company, o Kempinski hoteles, donde aprovechó magníficamente la oportunidad que le supuso realizar sus prácticas curriculares.



Egresado de Honor del Grado en Gestión y Administración Pública



Egresada de Honor del Grado en Marketing e Investigación de Mercados



Egresado de Honor del Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital

b. Estadísticas del alumnado

Durante el curso 2021/22 el número de estudiantes matriculados en el centro ascendió a 1.676.

Respecto a la información referente a la oferta y demanda, así como a la matriculación, de las diferentes titulaciones ofertadas por el centro puede verse en las siguientes tablas

Tabla de oferta y demanda			
Curso 2021-22	GMIM	GAP	Máster
Plazas ofertadas	300	75	35
Solicitudes en primera opción	306	98	417
IN02. Matrícula fase final	300	74	185
IN03. Matrícula estudiantes en primera opción	176	44	39
IN05. Tasa de ocupación de la titulación	100,00 %	98,67 %	111,43 %
IN06. Tasa de preferencia de la titulación	102,0 %	130,7 %	1191,43 %
IN54. Tasa de adecuación	98,04 %	75,51 %	528,57 %
Nota de corte	7,046	5	
IN07. Promedio de Nota admisión	9,43120779	7,85406667	

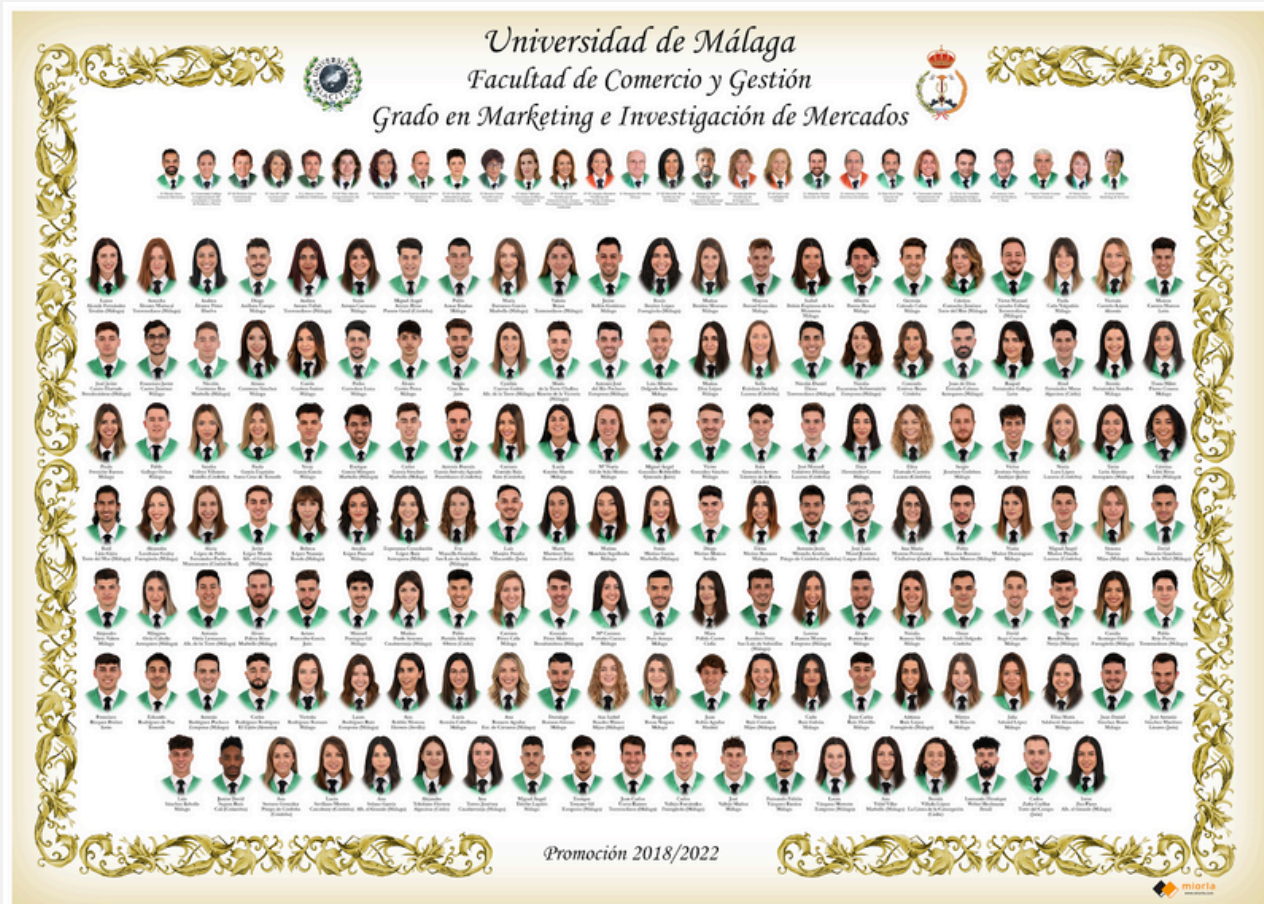
Matriculación			
Curso 2021-22	GMIM	GAP	Máster
IN04_Núm. Alumnos de Nuevo Ingreso en la Titulación	35	73	323
IN09. Estudiantes matriculados en la titulación	80	269	1322
IN10. Número medio de créditos matriculados por estudiante	34,69	54,09	54,10
Núm. Créditos Superados dividido por Núm. Alumnos	32,42	41,11	39,96

En el siguiente gráfico se puede ver la evolución de la tasa de graduación de los últimos cuatro años:

Evolución de la Tasa de graduación			
Curso	GMIM	GAP	Máster
2018-19	44,73 %	35,09%	75,00%
2019-20	46,07 %	32,26%	72,73%
2020-21	41,11 %	48,57%	78,13%
2021-22	40,35 %	38,24%	81,82%

c. Orlas del curso

Grado en Marketing e Investigación de Mercados



Grado en Gestión y Administración Pública



Máster en Dirección y Gestión del Marketing Digital



16 Programa de prácticas de empresa

Durante el curso 2021/22 ha aumentado el alumnado matriculado tanto en las prácticas curriculares como en las extracurriculares.

	Grado en Marketing e Investigación de Mercados		Grado en Gestión y Administración Pública		Máster	
Curso	Prácticas curriculares	Prácticas extracurriculares	Prácticas curriculares	Prácticas extracurriculares	Prácticas curriculares	Prácticas extracurriculares
2019-20	150	109	43	24	27	32
2020-21	182	119	44	16	30	39
2021-22	184	207	46	25	35	49

Los niveles de satisfacción con las prácticas se reflejan en la siguiente tabla

Curso		2019-20	2020-21	2021-22
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	IN33.		4,57	4,28
	IN34.	4,06	4,01	4,30
	IN35.	4,45	4,19	4,41
	IN49.		4,00	4,22
Grado en Gestión y Administración Pública	IN33.		4,00	4,65
	IN34.	4,64	4,43	4,06
	IN35.	2,83	4,02	4,74
	IN49.		4,00	4,55
Master en Dirección y Gestión de Marketing Digital	IN32.	27,00	30,00	35,00
	IN33.			4,47
	IN34.	4,28	4,06	4,54
	IN35.	4,46	4,28	4,40
	IN49.			4,37

IN33. Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas curriculares

IN34. Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas extracurriculares

IN35. Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas extracurriculares

IN49. Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas curriculares

17 Programas de movilidad

Los destinos Erasmus elegidos por el alumnado en el curso 21-22 son los que se indican a continuación

Código	País	Tutores
D BREMEN01	Alemania	Luna Jiménez, María José
D ASCHAFF01	Alemania	Luna Jiménez, María José
D CHEMNIT01	Alemania	Jambrino Maldonado, María del Carmen
B KORTRIJ01	Bélgica	Collado Campaña, Francisco
B BRUXEL86	Bélgica	Collado Campaña, Francisco
CZ OSTRAVA01	Chequia	Bentabol Manzanares, Amparo
HR DUBROVN03	Croacia	Valencia Quintero, María José
SK TRENCIN02	Eslovaquia	Bermudez González, Guillermo
SK BANSKA01	Eslovaquia	Bermudez González, Guillermo
F GRENOBL55	Francia	CG Rojas de Gracia, Mercedes
IRLDUBLIN44	Irlanda	Rejón Guardia, Francisco
I MILANO16	Italia	Esteban Pagola, Ana Isabel

Código	País	Tutores
I BOLOGNA01	Italia	Esteban Pagola, Ana Isabel
I NAPOLI09	Italia	Esteban Pagola, Ana Isabel
LT KLAIPED02	Lituania	Vallespín Arán, María
NL GRONING03	Países Bajos	Jambrino Maldonado, María del Carmen
NL BREDA01	Países Bajos	Iglesias Sánchez, Patricia P.
PL WROCLAW03	Polonia	Bentabol Manzanares, Amparo
PL SIEDLCE01	Polonia	Bentabol Manzanares, Amparo
PL WROCLAW15	Polonia	Bentabol Manzanares, Amparo
P COIMBRA02	Portugal	Miguel García, Francisca
P LISBOA104	Portugal	Alarcón Urbistondo, Pilar
P BRAGA01	Portugal	Cruz Ruíz, Elena
P PORTO05	Portugal	Fernández Díaz, Elena
P PORTO42	Portugal	Jambrino Maldonado, María del Carmen
P FARO02	Portugal	Jambrino Maldonado, María del Carmen
P VISEU01	Portugal	Sierra Herrezuelo, Placido
DK KOBENHA05	Dinamarca	Jambrino Maldonado, María del Carmen

Los datos sobre el estudiantado de movilidad se indican en la siguiente tabla

Curso	Grado en Marketing e Investigación de Mercados		Grado en Gestión y Administración Pública	
	2020-21	2020-21	2020-21	2020-21
IN36_Nº de estudiantes en movilidad	42	211	4	23
IN36. Número de estudiantes MOVILIDAD SALIENTE	31	77	2	6
IN36. Número de estudiantes que participan en movilidad saliente ERASMUS	29	66	1	3
IN36. Número de estudiantes que participan en movilidad saliente (Resto de programas)		1		
IN36. Número de estudiantes que participan en movilidad saliente para SICUE-SENECA	1	9	1	2
IN37. Nivel de satisfacción del estudiante que participa en programas de movilidad saliente	4,4	4,52	5	5
IN36. Número de estudiantes que participan en movilidad saliente dividido por Núm. Alumnos Graduados	14,83 %	39,69%	4.08%	18,75%
IN38_Número de estudiantes que participan en programas de movilidad entrante	11	134	2	17
IN38. Número de estudiantes que participan en movilidad para ENTRANTE ERASMUS		107		8
IN38. Número de estudiantes que participan en movilidad para ENTRANTE para SICUE-SENECA	11	26	2	9

18 Actividades, eventos, otras actuaciones y noticias

a. Actos de Bienvenida

Acto de Bienvenida de los Grados en Marketing e Investigación de Mercados y en Gestión y Administración Pública

El lunes 27 de septiembre, los alumnos de nuevo ingreso de la Facultad de Comercio y Gestión estrenaron su paso por la universidad asistiendo al tradicional **Acto de Bienvenida**. El acto estuvo presidido por **el decano, Benjamín del Alcázar**, que estuvo acompañado por varios miembros del equipo decanal en la mesa presidencial. Todos expresaron su satisfacción por recibirles y, además, de forma presencial tras las restricciones derivadas de la pandemia.

Tras dar la bienvenida a los asistentes, Benjamín del Alcázar cedió la palabra a **Juan Miguel Godínez Campos**, técnico del Servicio de Enseñanza Virtual y Laboratorios Tecnológicos, que explicó la importancia de inscribirse en el campus virtual y presentó el resto de servicios informáticos que la Universidad pone a disposición de los alumnos.

A continuación, cedió la palabra a los representantes de alumnos, **Andrés Zarzuela Montoya**, Vicepresidente del Consejo de Estudiantes y alumno de tercer curso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, y a Emilio Quintana Rey, Secretario del Consejo de Estudiantes y alumno de segundo curso del Grado en Gestión y Administración Pública, miembros de la representación de alumnos, que presentaron los diferentes órganos de representación de alumnos y los servicios prestan cada uno de ellos, y contaron brevemente su experiencia personal en el centro. Ambos destacaron la importancia de la participación de los alumnos en cuantas actividades se organizan desde la facultad.



Al hilo de esta intervención, recalcó el decano la importancia de la participación en todos los eventos, la implicación del alumno en la vida universitaria y la ilusión por vivir una de las etapas más interesantes en la vida. Animó, en este sentido, a sacar partido de todas las actividades que continuamente se organizan: seminarios, conferencias, actividades culturales, sociales, de voluntariado, deportivas, estancias internacionales, etc., pues posiblemente esta actitud marcará la diferencia entre unos egresados y otros.

Seguidamente, **Mercedes Rojas de Gracia**, vicedecana de estudiantes, facilitó información relativa al calendario, horarios, aulas y asignación de grupos.

Posteriormente, **Eva María González Robles**, vicedecana de infraestructuras y asuntos económicos, realizó unas aclaraciones sobre el uso de los espacios comunes.

Para finalizar, **Benjamín del Alcázar** reiteró la bienvenida a los alumnos y animó a que el alumnado mostrase una actitud receptiva a todos los eventos y actividades realizados en la facultad.

Tras la clausura del acto, los dos alumnos del Consejo de Estudiantes se prestaron a realizar una visita guiada por las instalaciones de la facultad a los nuevos estudiantes, quienes acogieron muy positivamente la propuesta para conocer la que ya es su facultad.

Acto de bienvenida del Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital

Presidió la mesa el decano **Benjamín del Alcázar**, la coordinadora del máster **Ana Casado**, **Isabel Fernández**, componente del Servicio de Empleabilidad y Emprendimiento de la UMA, y **Carmina Jambrino**, Vicedecana de Investigación y Relaciones Internacionales. Todos ellos dieron información útil al alumnado y les trasladaron sus mejores deseos en esta nueva etapa que comienzan.

Esta **VIII Promoción del Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital** cuenta con una gran representación de estudiantes que proceden de otros países, como México, Chile, Venezuela o Rusia, entre otros. También el alumnado español procede de varias universidades, entre las que se encuentran la de Córdoba, Sevilla, Almería, Cádiz o Valladolid.



Acto de apertura de la IV edición del Máster Propio Universitario en Retail Marketing

El 8 de octubre tuvo lugar el acto oficial de inicio de este nuevo posgrado que oferta la Facultad de Comercio y Gestión, contando con la participación de **D. Alfonso Sebastián**, vicepresidente y cofundador de AER, Asociación Española de Retail, quien impartió la conferencia titulada: “Retail con futuro”.



b. Semana cultural

La **XI Semana Cultural de la Facultad** de Comercio y Gestión se celebró **la semana del 22 al 26 de noviembre** con una gran afluencia de público.

El lunes 22 de noviembre comenzó la XI Semana Cultural de la Facultad de Comercio y Gestión con motivo de la celebración del patrón del centro.

Esta Semana Cultural presentó una novedad respecto a años anteriores dado que se realizó con un carácter abierto para acercar la Universidad al sector empresarial y a la sociedad. En la sesión matinal, después de la presentación del decano Benjamín del Alcázar, tuvieron lugar tres actividades. La primera de ellas, titulada “Marketing, Innovación Social y Emprendimiento” recogió las intervenciones de Ana Muñoz Fernández, miembro de Link-by-UMA, Nabil Salah, CEO de Harper & Neyer, David Morales, CEO de DSM Beaty (Maquillalia) y Ramón Rubio Zavala, director de proyectos en Demium, incubadora de Startups. Todos ellos animaron a los asistentes, en especial al alumnado, a que se adentraran en el mundo del emprendimiento.

Las actividades de la tarde comenzaron con la mesa redonda titulada “Retos y oportunidades para los graduados en Marketing”, moderada por Ariadna Albisbeascochea López, presidenta de la asociación de antiguos alumnos de la Facultad de Comercio y Gestión On Alumni. Tras esta mesa redonda, José Ruiz Pardo, presidente del Club de Marketing de Málaga y CEO en Goli Neuromarketing, habló sobre los perfiles y competencias demandadas por las empresas a los junior marketers y, en concreto, se centró en las oportunidades que ofrece el neuromarketing.

Esta primera jornada finalizó con dos conferencias acerca del marketing en entidades deportivas. En ella estuvieron presente Ana Vera Gallego, directora de Comunicación y Marketing del Málaga CF y José Carlos Gaspar Romero, director de Relaciones Públicas, Protocolo, Marketing Social y Ventas de Unicaja Baloncesto. Aparte de ellos, también intervinieron el futbolista del club Víctor Gómez y Mireya Casares, miembro de la escuela de “Super Capacitados” del Málaga.

En total se estima que asistieron casi 200 asistentes a cada una de las actividades.



c. Acto de entrega de honores y distinciones

El **Acto de entrega de Honores y Distinciones** se celebró el 9 de junio de 2022.

El acto estuvo presidido por el Vicerrector de Estudios de la Universidad de Málaga, D. Ernesto Pimentel, acompañado por el Decano de la Facultad, D. Benjamín del Alcázar Martínez, y por su Secretario Académico, D. Daniel Ruiz Palomo.



El acto de entrega de Honores y Distinciones se celebra anualmente, al auspicio del Reglamento de Honores y Distinciones que se aprobó en Junta de Facultad con fecha 9 de junio de 2021, y que tiene por objeto **otorgar un reconocimiento público** a aquellas personas, empresas e instituciones que por sus méritos, vinculación o trayectoria hayan **destacado de manera significativa en su relación con esta facultad** o en determinados aspectos relacionados con las titulaciones que aquí se imparten.

El acto comenzó entregando los premios extraordinarios a los **mejores expedientes académicos** y al **mejor trabajo fin de estudios** y al **alumno/a destacado y egresado de honor**.

Continuó el acto centrándose en la **Distinción de Honor**, destinada a reconocer a aquellas personas, empresas, organizaciones o instituciones que hayan destacado de forma relevante en distintas actividades relacionadas con el centro o con las titulaciones que en él se imparten. En este sentido, se han considerado tres categorías:

La primera, por su particular compromiso o colaboración en los programas de prácticas del centro y el fomento de la empleabilidad de sus egresados, fue otorgada a la empresa **The Freepik Company**, en cuya representación recogió el premio doña Marta Sisí Jiménez, head de recursos humanos de la empresa, de manos de doña Carmina Jambrino Maldonado, Vicedecana de Relaciones Internacionales e Investigación de la facultad.



La segunda, por su labor de difusión y promoción de la actividad empresarial y el emprendimiento en la sociedad malagueña, y por ser la publicación de referencia en nuestro ámbito territorial en materia de economía y negocios, recayó sobre **Vida Económica**. Recogió el premio su director, D. David Delgado Fernández, de manos de Dña. María Vallespín Arán, Vicesecretaria Académica de la facultad.



Finalmente, tras veinticinco años de colaboración ininterrumpida entre ambas instituciones, se otorgó la tercera Distinción de Honor al Ilustre **Colegio Territorial de Administradores de Fincas de Málaga y Melilla**. Recogió el premio su Vicepresidente, D. Manuel Gaitán Díaz. Esta vez, entregó el premio Dña. Amparo Bentabol Manzanares, Vicedecana de Ordenación Académica y Calidad de la facultad.



Por otra parte, la Junta de Facultad consideró oportuno entregar un reconocimiento especial al **personal PDI o PAS** que este año recayó sobre Dña. María del Rosario Cenizo Rodríguez. Hizo entrega del premio Dña. Eva González Robles, Vicedecana de Infraestructuras y Asuntos Económicos de la facultad.



Finalmente, la Junta de Facultad, a propuesta del Decano, decidió hacer un reconocimiento expreso a la labor y dedicación de aquellos **miembros del equipo decanal anterior** que, junto a los que se distinguieron con la Insignia de Honor el curso pasado, no mantienen obligaciones de gestión en el equipo actual. Fueron Dña. Bárbara Díaz Díez, Dña. María José Luna Jiménez, Dña. María del Mar Muñoz Martos, y Dña. María del Carmen Molina Garrido, que recogieron el premio de manos del propio Vicerrector, D. Ernesto Pimentel, y del Decano, D. Benjamín del Alcázar.



d. Actos de graduación

El viernes 1 de octubre de 2021 tuvieron lugar los **actos de graduación** de las promociones VII y VIII del grado en Gestión y Administración Pública y del grado en Marketing e Investigación de Mercados, que no se pudieron realizar en su momento como consecuencia de las restricciones establecidas en la pandemia



El primero de los actos de graduación fue para los alumnos del **Grado en Gestión y Administración Pública (GAP)**. Presidía la mesa la Gerente de la Universidad de Málaga, María Jesús Morales, que estaba acompañada del Decano de la Facultad de Comercio y Gestión, Benjamín del Alcázar, y, junto a éstos, tres invitados de excepción: Daniel Quijada, Presidente del Colegio de Gestores Administrativos de Málaga; Elisa García Luque, coordinadora del Grado en GAP; y Álvaro Díaz Casquero, en representación de la Asociación de Antiguos Alumnos de la facultad, OnAlumni.

Además, intervinieron en el acto, Rafael Ángel Fuentes García, profesor del Departamento de Teoría e Historia Económica, quien se mostró agradecido por el honor de apadrinar esta graduación, e hizo una vehemente defensa de las competencias adquiridas por los alumnos de GAP a lo largo de su etapa universitaria; Francisco Sánchez Bolívar, en representación de los alumnos de la VII promoción de GAP; e Ignacio Sánchez Casanueva, en representación de los alumnos de la VIII promoción de GAP. Ambos se mostraron agradecidos con sus profesores, familiares y compañeros de promoción.

A continuación comenzó el acto de graduación para una parte de los alumnos de la **VIII promoción del Grado en Marketing e Investigación de Mercados (MIM)**. Esta vez, acompañaron a María Jesús Morales, Gerente de la UMA, y Benjamín del Alcázar, Decano de la facultad, los siguientes invitados en la mesa protocolaria: Carlos García Perujo, en representación del Club de Marketing Málaga, Ana Isabel Esteban, coordinadora del Grado en MIM, y repetía Alvaro Díaz Casquero en representación de OnAlumni.

Esta vez, fue el profesor Gorka Zamarreño Aramendia, del departamento de Teoría e Historia Económica, el encargado de apadrinar a la VIII promoción del Grado en MIM. Su alocución estuvo repleta de interesantes anécdotas relacionadas con la promoción que se gradúa. Tras él, intervino Carlos José Enamorado, en representación de los alumnos de la VIII promoción en MIM.

El último de los actos de graduación programados, esta vez para homenajear a la VII promoción del Grado en MIM, y a parte de la VIII promoción, pues por las restricciones de aforo impuestas por la actual situación estos alumnos tuvieron que ser divididos en dos turnos. En esta ocasión, acompañaron a María Jesús Morales y a Benjamín del Alcázar en la mesa protocolaria los siguientes invitados: José Ruiz Pardo, Presidente del Club de Marketing Málaga; Ana Isabel Esteban, coordinadora del grado, y Ariadna Albisbeascoechea, presidente de la asociación OnAlumni.

En esta ocasión, la profesora invitada a acompañar a los alumnos que se gradúan fue Mónica Hernández Huelin, del Departamento de Economía Aplicada (Matemáticas).

Seguidamente, intervino José Antonio Martín Iglesias, en representación de los alumnos de la VII promoción del Grado en MIM, y Regina Campos Martín, representando a los alumnos de la VIII promoción.

En las tres ocasiones, la responsabilidad de hacer el llamamiento de los alumnos graduados para la entrega del diploma correspondió a María Mercedes Rojas de Gracia, vicedecana de estudiantes de la Facultad de Comercio y Gestión y profesora del Departamento de Economía y Administración de Empresas. El acto finalizó con la tradicional audición del himno universitario, Gaudeamus Igitur.

Actos de Graduación de la IX promoción del Grado en Marketing e Investigación de Mercados y del Grado en Gestión y Administración Pública.

El viernes 8 de julio de 2022 tuvieron lugar los actos de graduación de la IX promoción del Grado en Marketing e Investigación de Mercados y del Grado en Gestión y Administración Pública. Se celebraron con plena normalidad, tal y como venía siendo común antes de la pandemia. Egresados y egresadas y sus familiares disfrutaron de unos actos muy emotivos.



En el primer turno se celebró el acto de graduación del primer turno del **Grado en Marketing e Investigación de Mercados**. Una vez finalizado se continuó con el segundo turno de este mismo grado. Finalmente se procedió al acto de graduación del Grado en Gestión y Administración Pública.

En todos ellos presidía la mesa la Gerente de la Universidad de Málaga, María Jesús Morales, que estaba acompañada del Decano de la Facultad de Comercio y Gestión, Benjamín del Alcázar. En el primer acto les acompañaron: José Ruiz Pardo, presidente del Clug de Marketing de Málaga, Ana Isabel Esteban, coordinadora del grado, Eva María González, Vicedecana de Infraestructuras, Asuntos Económicos y Sostenibilidad Ambiental, Amparo Bentabol, Vicedecana de Ordenación Académica y Profesorado y Luis Maldonado, Vipresidente de la Asociación de Antiguos Alumnos de la Facultad de Comercio y Gestión OnAlumni.

Además, intervino en este primer acto, Francisco Javier Muñoz González, profesor del Departamento de Economía y Administración de Empresas, quien se mostró agradecido por el honor de apadrinar esta graduación, e hizo una excelente exposición repleta de mensajes motivadores para todos los asistentes. En representación del alumnado intervinieron Francisco Ríquez Ibáñez y Juan Rubio Aguilar quienes, en su discurso se mostraron agradecidos con sus profesores y profesoras, familiares y compañeros de promoción.

El segundo acto tuvo dos diferencias respecto al anterior. La primera de ellas era la composición de la mesa, en la que Carmina Jambrino, Vicedecana de Investigación y Relaciones Laborales, sustituyó a Amparo Bentabol. La segunda fue que, en esta ocasión, la alumna que intervino en representación de sus compañeros fue Cynthia Cuevas Gaitán que también hizo un repaso del paso por la facultad de sus compañeros y compañeras de promoción y les deseó todo lo mejor.

Para finalizar, tuvo lugar la graduación de la **IX Promoción del Grado en Gestión y Administración Pública**. Aparte de la gerente de la UMA, del decano de la facultad, y de la Vicedecana de Investigación y Relaciones Internacionales, que repitieron en la mesa, el resto de componentes lo integraron: Manuel Casero, Contador del Colegio Oficial de Gestores Administrativos de Málaga, Elisa Isabel García, coordinadora del grado, Daniel Ruiz, Secretario Académico y Francisco José Sánchez, Secretario de Onalumni.

En esta ocasión el padrino de la promoción fue Rafael Ángel Fuentes García, profesor del Departamento de Teoría e Historia Económica, quien se mostró agradecido por el honor de apadrinar esta graduación, e hizo una vehemente defensa de las competencias adquiridas por los alumnos de GAP a lo largo de su etapa universitaria. La representación estudiantil corrió a cargo de Fátima Zahra Nouasria Elhalabiy y Pablo Ángel Valero Meléndez. Ambos se mostraron agradecidos con sus profesores, familiares y compañeros de promoción y entregaron un regalo al padrino de su promoción, Rafael Fuentes.

En este último acto de graduación se aprovechó para entregar la insignia de la Facultad de Comercio y Gestión al profesor José del Campo Ávila, por la valiosa labor que ejerció durante un tiempo como coordinador del Grado en Gestión y Administración Pública.

En los tres actos la responsabilidad de hacer el llamamiento de los alumnos graduados para la entrega del diploma correspondió a María Mercedes Rojas de Gracia, Vicedecana de Estudiantes de la Facultad de Comercio y Gestión y profesora del Departamento de Economía y Administración de Empresas. El acto finalizó con la tradicional audición del himno universitario, Gaudeamus Igitur.

Acto de Graduación de la XX y XXI promoción de Estudios Inmobiliarios

El viernes 18 de febrero, en el Salón de Grados de la facultad, tuvo lugar este tradicional acto en el que participaron los egresados de la XX y XXI promoción de este título propio que permite acceder a la profesión de Administrador de Fincas y que se imparte en la Facultad de Comercio y Gestión.



El acto estuvo presidido por D. Benjamín del Alcázar, decano de la facultad y D. Manuel Jiménez Caro, presidente del Colegio de Administradores de Fincas de Málaga y Melilla, acompañados por D. Francisco Cantalejo García, director del Título Propio en Estudios Inmobiliarios y D. Manuel Díaz Gaitán, vicepresidente 2 y responsable de formación del citado colegio.

La celebración de este evento, que tuvo que ser aplazado en su momento debido a las restricciones motivadas por el COVID, ha posibilitado volver a reunir y encontrarse con los compañeros y algunos profesores de este curso, tras los dos últimos cursos que han tenido que seguir las clases de forma virtual.

A los alumnos asistentes se les impuso la tradicional beca de la Universidad y se les entregó un Diploma de bienvenida del Colegio de Administradores de Fincas.

Graduación de las promociones VII y VIII del Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital

El acto se celebró el 4 y estuvo presidido por la vicerrectora adjunta en formación permanente, Dña. Pilar Alarcón. En esta ocasión, se contó con una invitada de honor, Dña. Remedios Cervantes, CEO de la agencia **Rmedios Marketing**. Le acompañaron también en la mesa el decano de la facultad, D. Benjamín del Alcázar, la directora del máster, D^a Ana María Casado, el coordinador de trabajos fin de máster, D. Francisco Rejón y el profesor invitado D. Antonio González.



Tras la apertura del acto por parte de la vicerrectora, tuvo lugar la intervención de la empresaria Remedios Cervantes, quien explicó a los asistentes cómo fue su proceso personal para llegar al sector del marketing digital y compartió algunos de sus casos de éxitos.

Posteriormente, intervinieron los alumnos María Páez como representante de la VII promoción y Gabriel Serrano y María Rosa Villatoro como representante de la VIII promoción, quienes hablaron sobre su experiencia durante este posgrado.

Tras la tradicional entrega de las becas y un diploma acreditativo del acto a los alumnos y alumnas que se graduaban, se dio paso al discurso del profesor invitado por el alumnado, que en esta ocasión fue D. Antonio González, profesor que imparte la asignatura Habilidades Directivas dentro del Máster, que aprovechó durante su discurso para felicitar al alumnado por su actitud y predisposición para la etapa que ahora les espera.

Finalmente intervino la coordinadora del máster, Dña. Ana María Casado, quien, además de felicitar a los estudiantes, compartió con todos los asistentes alguno de los datos estadísticos que avalan el buen hacer del máster, y para finalizar, D. Benjamín del Alcázar como decano de la Facultad agradeció y felicitó a todos los asistentes e invitó al alumnado a seguir vinculados a la facultad cuando se conviertan en profesionales del sector.



e. Jornadas, talleres y charlas

Jornadas para la formación en técnicas de comunicación creativas y estratégicas.

Durante el jueves y el viernes, días **21 y 22 de octubre**, respectivamente, se celebraron las Jornadas para la **formación en técnicas de comunicación creativas y estratégicas**. Los participantes manifestaron su satisfacción con el desarrollo de estas y con los ponentes invitados.



Presentación de la profesión de Gestor Administrativo

El lunes **15 de noviembre** se celebró la **jornada de presentación de la profesión de Gestor Administrativo**, que estuvo especialmente dirigida a estudiantes del Grado en Gestión y Administración Pública, aunque abierta a los interesados en asistir. En el acto intervino el presidente del Colegio oficial de Gestores Administrativos de Málaga, Sr. D. Daniel Quijada, que impartió una charla a los estudiantes del Grado en Gestión y Administración Pública en la que informó de esta profesión y de las vías de acceso a la misma para esta titulación.

5 Claves para definir tu estrategia de marketing digital

El viernes **26 de noviembre** se organizó la mesa redonda titulada **“5 claves para definir tu estrategia de marketing digital”**, como una actividad complementaria dentro del Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital. Su objetivo fue abrir un espacio de reflexión entre alumnos y profesionales del sector.



Conferencia de Bernardo Quintero, CEO de Virus Total empresa de origen malagueño y actualmente propiedad de Google.

El martes **30 de noviembre** Bernardo Quintero ofreció la conferencia titulada **“La historia detrás de Google Málaga: Aventuras y desventuras de un emprendedor”**. En ella relató qué camino siguió hasta conseguir ser un ejemplo de emprendimiento.



Formación PDI sobre posicionamiento de marca y visibilidad online.

Durante los días **17, 18 y 22 de noviembre** tuvo lugar el curso de formación PDI sobre **“Posicionamiento de marca y visibilidad online”**. Fue organizado por la Facultad de Comercio y Gestión en colaboración con el Servicio de formación e innovación de la UMA, siendo su ponente Juan Luis Pintor Anaya, profesor de la facultad y director de la agencia de marketing digital STAMINA



Taller de investigación cualitativa aplicada al marketing digital.

Este taller fue impartido por Carmen Trigueros, profesora de la Universidad de Granada. En él se abordaron las técnicas y métodos de la investigación cualitativa. Tuvo lugar el **21 de febrero**, en el transcurso de las clases de la asignatura **“Metodología de la Investigación”** que coordina la profesora M^a del Mar Muñoz Martos, dentro del Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital.



Jornada de presentación de las Becas ICEX de internacionalización.

D. Rafael Fuentes Candau, director provincial de Comercio y del Instituto de Comercio Exterior (ICEX) ofreció a los estudiantes de la facultad una presentación del **programa de becas** que anualmente convoca este organismo y que permite a los beneficiarios formarse y desarrollar una experiencia de prácticas internacionales en las oficinas españolas de comercio exterior repartidas por el mundo.

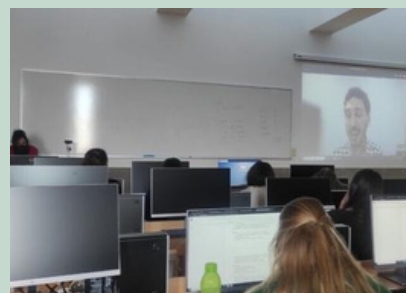


V Curso de extensión universitaria en inbound marketing

Este curso ofreció al estudiantado de nuestra Facultad con el objetivo de brindar al alumnado que desee **desarrollar su actividad profesional en el marketing**, las destrezas y conocimientos para manejar la metodología que ha revolucionado el marketing digital hasta convertirse en el modelo de referencia sobre el que las grandes empresas diseñan su plan de captación y relación con clientes.

Conferencia "Cookieless world" para afrontar el fin de las cookies en la publicidad online.

El **2 de marzo**, Martín Pietragalla ofreció una interesante **conferencia sobre cómo será la publicidad online del futuro sin las cookies**. Tuvo lugar en el transcurso de las clases de la asignatura Publicidad Online que coordina la profesora María Mercedes Rojas de Gracia dentro del Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital.



Masterclass de publicidad online multicanal, producción digital y tipos de soportes

Esta **Masterclass** tuvo lugar los días **3 y 4 de marzo** y fue impartida por Oscar Peña de San Antonio, prestigioso profesional del marketing digital con gran experiencia. Se realizó en el transcurso de las clases de la asignatura “Publicidad online” que coordina la profesora María Mercedes Rojas de Gracia, dentro del Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital.



Taller " El Martech de la experiencia de cliente. Descubre el mundo del Unified CXM y la Automatización"

El **7 de marzo**, Violeta Vilaseca, antigua alumna tanto del Grado en Marketing e Investigación de Mercados como del Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital y actualmente Senior Solutions Consultant en Sprinklr ofreció un interesante taller denominado **“El Martech de la experiencia de cliente. Descubre el mundo del Unified CXM y la Automatización”**.

Taller “El Martech de la experiencia de cliente" impartido por Salesforce.

El lunes **14 de marzo**, Asier Fernández, Principal SE en Salesforce, ofreció la segunda parte del taller denominado **“El Martech de la experiencia de cliente. Descubre el mundo del Unified CXM y la Automatización con Salesforce”**.



Jornada del taller de Empleos emergentes en el ecosistema digital a cargo de Freepik.

Impulsado por el Vicerrectorado de Innovación Social y Empleabilidad se impartió en la Facultad de Comercio y Gestión el taller sobre empleos emergentes en el ecosistema digital. En él, diferentes profesionales de Freepik explicaron en qué consisten **perfiles profesionales como Product Manager, Product Designer o Product Marketing**.



II Edición de la mesa redonda: Dialogando con ellas: Marketing, Mujer y Sector Público.

El martes **29 de marzo**, con motivo del mes de la mujer en la Universidad de Málaga se celebró la **II Edición de la mesa redonda Dialogando con ellas: Marketing, Mujer y Sector Público**. En ella, cinco mujeres relevantes del mundo del marketing y del Sector Público que han conseguido romper el techo de cristal compartieron las claves de su éxito con los asistentes.

Taller: "Comercio Electrónico bajo las herramientas de Woocommerce y Shopify".

Javier Ríos Fernández, director de marketing de Zoco Home, impartió el **23 y 24 de marzo** en el Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital un taller denominado **"Comercio Electrónico bajo las herramientas de Woocommerce y Shopify"**. Durante las dos sesiones el alumnado tuvo la oportunidad de conocer todo lo relativo al comercio electrónico y cómo se ejecuta el sistema de compra y venta de productos y servicios en internet mediante la utilización de la herramienta de WooCommerce.



Curso sobre la herramienta SAGE50 como solución empresarial.

El **5 de abril** arrancó el curso **SAGE50 Gestión Comercial para el alumnado de las facultades de Comercio y Gestión y de Económicas**. Se trataba de un curso que mejora la empleabilidad, por su orientación eminentemente práctica en la que los participantes experimentan y aprenden a manejar esta solución empresarial presente en más del 90% de las Pymes españolas.



V Edición del Máster en Retail Marketing

Un año más nuestra facultad de Comercio y Gestión ofertó este innovador **título propio, único en Andalucía especializado en retail**, que pretende formar a especialistas y profesionales en el mundo del marketing aplicado al comercio minorista.

Taller de acciones y estrategias de mobile marketing.

Los días **19 y 20 de abril** Sandra Pérez y Beatriz Pérez visitaron al estudiantado de la asignatura de Mobile Marketing del Máster de Dirección y Gestión de Marketing Digital para impartir unas charlas dentro del **taller de acciones y estrategias de mobile marketing**.



MarkGAP Talent Week

Los días **25, 26 y 27 de abril** se organizó en la Facultad de Comercio y Gestión, la **MarkGAP Talent Week**, unas jornadas de orientación al mercado laboral dirigidas al estudiantado de los grados de Marketing e Investigación de Mercados y Gestión y Administración Pública y del Máster de Gestión y Dirección de Marketing Digital.

Congreso Internacional sobre la presencia de la mujer en el espacio público.

El **20 de abril** se celebró este Congreso financiado por la Unidad de Igualdad de la Universidad de Málaga e impulsado por un conjunto de profesoras de la UMA en colaboración con Onalumni, la Asociación de Antiguos Alumnos de la Facultad de Comercio y Gestión de la Universidad de Málaga, que contó con gran afluencia de público.



“Neuromarketing para la medición de empleado y alumno saludable”

El **28 de abril**, con motivo del día mundial de la seguridad y salud en el trabajo, tuvo lugar en la Facultad de Comercio y Gestión la actividad **“Neuromarketing para la medición de empleado y alumno saludable”**, enmarcada en el I Festival UMA saludable. En ella se realizaron experimentos de neuromarketing aplicados al estudio de la salud.

Taller de la herramienta Semrush

Los alumnos del Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital tuvieron la oportunidad de realizar un taller complementario para **profundizar en la herramienta de Semrush**. Impartido por Jorge Valle, antiguo alumno del Grado en Marketing e Investigación de Mercados y responsable SEO de la Agencia Stamina Marketing.



Actividades sobre empleabilidad y emprendimiento.

La Universidad de Málaga organizó su tradicional Feria de Empleo, los días **11 y 12 de mayo**. Paralelamente a las actividades virtuales en la plataforma de gestión del talento universitario, Talent Tank, la Facultad de Comercio y Gestión realizó tres actividades en sus instalaciones.



II Encuentro de Branding organizado por el diario El Español y la Diputación de Málaga.

El jueves **30 de junio** se celebró, en el **Centro Cultural MVA**, un interesante encuentro que trató sobre la estrategia de Branding de la provincia, a través de su marca Costa del Sol, su situación actual y estrategia de futuro. En el acto que moderó Niklas Satola (Club de Márketing Málaga) participaron el director de márketing de Turismo Costa del Sol, Manuel Lara, y la Vicedecana de Investigación y Relaciones Internacionales de la Facultad de Comercio y Gestión, Carmen Jambrino.



Conferencia magistral en el Rectorado sobre 'Retail Marketing'.

Invitado por la Facultad de Comercio y Gestión, con motivo de la celebración del acto de clausura y graduación del Máster Propio Universitario en Retail Marketing en su promoción 2021/22, Laureano Turienzo, CEO Retail News Trends, Influencer LinkedIn Top Voice Retail Spain, Forbes Retail 2021 Spain Contributor y Presidente de la Asociación Española del Retail, impartió en el Salón de Actos del Rectorado de la Universidad de Málaga la conferencia titulada "Retail omniciiente".



Curso de Transición a la Vida Universitaria de la Facultad de Comercio y Gestión

Una de las novedades para el curso 2022/2023 es la celebración de un **Curso de Transición a la Vida Universitaria**. Es gratuito y está dirigido a los nuevos estudiantes del Grado en Marketing e Investigación de Mercados y del Grado en Gestión y Administración Pública. Se tratarán temas relevantes y útiles relativos al funcionamiento de la facultad.



Primer Curso de Experto Universitario en Marketing Analytics and Behavioural Sciences

El **15 de septiembre** se presentó el **Primer Curso de Experto Universitario en "Marketing Analytics and Behavioural Sciences"**. El Decano de la Facultad de Comercio y Gestión de la UMA, D. Benjamín del Alcázar, abrió el acto congratulándose por la importancia de añadir este Curso de Experto al conjunto de titulaciones que ofrece la Facultad. El curso viene a complementar la formación adquirida en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados con conocimientos de análisis de datos masivos y de ciencias del comportamiento humano, permitiendo a los alumnos acceder a los puestos de trabajo con un perfil más técnico que piden las empresas tecnológicas que se están instalando en la ciudad de Málaga. Por su parte, Antonio J Morales Siles, director del Smart Decision Lab de la UMA y Director Académico del Curso, realizó un repaso por la estructura del Curso de Experto, que está co-dirigido por D. José Manuel Navarro Llena (Director de Marketing de MOMO GROUP), también presente en la presentación.

El acto de presentación concluyó una masterclass sobre Market Insights a cargo de una de las docentes del curso, D^a Pilar McCrory Huertas, Research Manager de Google en Madrid, quién destacó el papel relevante que tiene la extracción del porqué del comportamiento de los clientes a partir de los datos que recopilan las empresas. En el mundo actual, todas las empresas tienen a su disposición una ingente cantidad de datos y la que sepa extraer a partir de ellos mejores conocimientos sobre el comportamiento de sus clientes será la que obtenga una clara ventaja competitiva sobre el resto de los competidores



Jornadas de Captación de Talento Universitario de Carrefour en la Facultad de Comercio y Gestión

El **21 de septiembre** a las 10:00 horas, en el Salón de Grados de la facultad, Carrefour realizó un proceso de **selección para entrar a trabajar en esta multinacional líder en el sector retail.**



f. Otras actividades y noticias

Presentación de la Facultad de Comercio y Gestión en Vélez-Málaga

La vicedecana de estudiantes de la facultad, Mercedes Rojas, estuvo presente el **26 de enero** en la tradicional **jornada de Destino UMA**, en Vélez-Málaga. En ella están representados todos los centros de la Universidad de Málaga y acuden estudiantes de bachillerato que, en un breve espacio de tiempo, tendrán que elegir sobre su futuro académico.



La Facultad de Comercio y Gestión participa en las jornadas de Puertas Abiertas de la UMA

Los días **30, 31 de marzo y 1 de abril** se celebraron las **Jornadas de Puertas de Destino UMA**, con presencia de nuestra facultad. Por el stand pasaron muchos estudiantes preuniversitarios interesados en conocer la oferta de grados del centro. Los voluntarios y voluntarias atendieron a todos y cada uno de ellos aclarando todas las dudas que les plantearon.

La Facultad firma un nuevo convenio con el Consejo General de Administradores de Fincas de España

El vicerrector de Estudios de la Universidad de Málaga, Ernesto Pimentel, y el presidente del Consejo General de Colegios Territoriales de Administradores de Fincas de España (CGCAFE), Salvador Díez Lloris, presentaron en el Pabellón de Gobierno de la Universidad de Málaga un nuevo convenio que actualizaba el que desde hace más de 25 años ha posibilitado a todos los egresados de los tradicionales Estudios Inmobiliarios ejercer como profesionales en este ámbito.



Presentación del proyecto RedBull Basement

El jueves **22 de octubre** tuvo lugar la presentación en el Salón de Grados de la Facultad de Comercio y Gestión del proyecto **Redbull Basement**. Al acto acudió el estudiantado interesado en participar en este proyecto que supone una gran oportunidad de crecimiento para los futuros emprendedores. La presentación estuvo a cargo de Sofía Vargas y Lucía Méndez, trabajadoras de Red Bull, y contó con el apoyo de Antonio Morales, Vicedecano de Cooperación Empresarial y Relaciones Externas

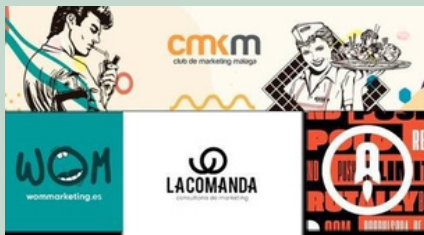
Grupo Avanzado de Marketing y Comportamiento

Por iniciativa del decanato de la Facultad de Comercio y Gestión, los integrantes del el Grupo Avanzado de Marketing y Comportamiento recibieron a lo largo del curso académico formación en técnicas de análisis del comportamiento humano y sus aplicaciones al marketing.



La Facultad reúne a empresas y profesionales del ámbito del marketing para conocer la visión del sector sobre la renovación de los planes de estudios de las titulaciones de marketing.

El jueves **11 de noviembre**, representantes de las comisiones creadas para la renovación de los planes de estudios, se reunieron con un grupo de profesionales del marketing, pertenecientes a importantes empresas e instituciones que operan en nuestro entorno, para conocer su visión y debatir con ellos sobre el futuro de las Titulaciones del Grado en Marketing e Investigación de Mercados y del Máster oficial en Marketing Digital.



Tres agencias de marketing creadas por antiguos alumnos de la facultad entre los finalistas de las XIII edición de los Premios del Club de Marketing de Málaga.

La agencia Wom Marketing, creada por Luis Maldonado, la “Comanda Marketing”, de Carlos Rico y” Apolo, Propulsora de Marcas” de Rubén Martínez, todos ellos egresados de Marketing e Investigación de Mercados, fueron seleccionados entre los **3 finalistas en diversas categorías en esta convocatoria que premiaba a las mejores campañas de marketing en el último año.**

BCS Data colabora un año más con el Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital de la UMA.

En el mes de noviembre iniciamos un año más el Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital de la UMA, ya consolidado en su **octava promoción**, y con un programa que permite al alumnado adquirir los conocimientos, habilidades y estrategias necesarias para ser un experto del mundo online.



Reunion con la Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA) (06/12/2021)

El viernes **3 de diciembre**, el decano de la facultad mantuvo una reunión de trabajo con la Prof. Dra. Olga Pirozhenko, directora del Centro Ruso-Español de dicha universidad, responsable de la formación de cerca de 220 mil estudiantes y que cuenta con más de 60 filiales en ese país.

Captación de Talento Universitario de Accenture

Tras el éxito de su primera visita en **mayo de 2021**, Accenture Málaga volvió a visitar la facultad el 2 diciembre. Miembros del equipo de Marketing Operations y de recursos humanos contaron cómo están revolucionando el panorama del marketing a través de experiencias digitales nativas y explicaron opciones de prácticas y de primer empleo disponibles en sus instalaciones de Málaga.



2ª edición del Diploma de Extensión Universitaria en Introducción a la Gestión Inmobiliaria

Este título propio que imparte la Facultad de Comercio y Gestión de la Universidad de Málaga, en colaboración con el Colegio de Administradores de Fincas de Málaga y Melilla, forma parte de los tradicionalmente denominados Estudios Inmobiliarios, que posibilitan a sus egresados colegiarse y ejercer como Administradores de Fincas en todo el territorio nacional.



El Decano Benjamín del Alcázar participa en la jornada “Ecommerce: retos y oportunidades”

El Decano de la Facultad participó el viernes **28 de enero en la jornada: “Ecommerce: retos y oportunidades”**, organizada por el Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Málaga y Provincia. Además de la representación de la Facultad de Comercio y Gestión, estuvieron presentes representantes de otros importantes organismos.

Visita para la renovación de la acreditación de la calidad de los grados y el máster de la facultad.

Para renovar la acreditación de la calidad de nuestras titulaciones, el día **14 de febrero** una Comisión de Expertos Externos se celebran audiencias virtuales con colectivos de estudiantes, egresados, profesorado, empleadores y responsables de los títulos.



Premio European Marketer of the Year de 2021 para la antigua alumna Kiki Narae Knoops

La antigua alumna de la facultad que cursó el Grado en Marketing e Investigación de Mercados recibió el premio **European Marketer of the Year del año 2021**. Kiki Narae ostenta el cargo de Brand Marketing Lead para la compañía multinacional Stryker, que es una de las empresas punteras en tecnología médica.



La startup Zexel visita la Facultad buscando incorporar talento universitario

El viernes **4 de marzo**, Clara Herrera, cofundadora de la startup Zexel junto con Valentín Veliz y Marcos Brito, visitó la Facultad de Comercio y Gestión para **presentar su proyecto empresarial y reclutar una persona para asistente de Marketing Digital**.

Intervención de la Facultad de Comercio y Gestión en las II Jornadas Alumnae

Manuel Ortega Fernández, project manager en VisionClick contó su experiencia tras haber cursado el Grado en Marketing e Investigación de Mercados, y Francisco Javier Cubillo Contreras, jefe de administración en Casa Marcos Morilla (Cadena Toy planets), hizo lo propio al haber finalizado el Grado en Gestión y Administración Pública.



La Facultad de Comercio y Gestión ha estado presente en las II Jornadas Alumnas

En esta edición, celebrada el pasado **10 de marzo en formato online**, participaron los egresados Manuel Ortega Fernández, project manager en VisionClick y graduado en Marketing e Investigación de Mercados, y Francisco Javier Cubillo Contreras, jefe de administración en Casa Marcos Morilla (Cadena Toy planets), graduado en Gestión y Administración Pública.



Reunión con el Colegio Oficial de Ciencias Políticas y Sociología de Andalucía para abrir vías de colaboración para los estudiantes y egresados en Gestión y Administración Pública

El delegado territorial del Colegio Oficial en Málaga, David Ingelmo, se reunió con el Decano, Benjamín del Alcázar, para colaborar entre ambas instituciones, especialmente en lo relacionado con los estudiantes y titulados en el Grado en Gestión y Administración Pública



La Facultad de Comercio y Gestión participa en el proyecto Ágora sobre igualdad de género

El proyecto **#RoleaDeFormaDiferente** lo llevo a cabo Ágora, la Federación Provincial de Asociaciones de Mujeres de Málaga, cuyo fin es luchar por la igualdad efectiva entre hombres y mujeres. El objetivo era trabajar en aspectos como la conciliación y la corresponsabilidad entre ambos géneros en todas las facetas de la vida.



La Cátedra de Estudios Cofrades entregó sus Premios de Investigación a los mejores trabajos de fin de carrera.

En esta ocasión el premio al mejor Trabajo Fin de Grado recayó en Alejandro González Lara, del Grado en Gestión y Administración Pública de esta Facultad, por su investigación sobre **“La gestión del patrimonio en las cofradías de Málaga”**, tutorizado por el profesor Luis Cembellín Pagés.



Un grupo de alumnos del grado en Marketing e Investigación de Mercados participaron en un Neurotaste

De la mano de la empresa **Neurologyca, especializada en Neuromarketing**, un grupo de alumnos de la asignatura de Investigación de Mercados, participó el pasado **25 de abril** en una investigación de campo real que está llevando dicha empresa para un importante cliente, mediante aplicación de técnicas de neurotaste.

Los estudiantes de GAP fueron recibidos por el alcalde y el teniente de alcalde

Siguiendo con las actividades previstas en el **VIII Ciclo de Conferencias sobre Economía de los Servicios Públicos**, el alumnado de cuarto curso del grado de Gestión y Administración Pública visitaron el Ayuntamiento de Málaga, donde fueron recibidos por el alcalde, D. Francisco de la Torre, y el teniente de alcalde y concejal de Economía y Hacienda, D. Carlos Conde.



I Torneo de Pádel Facultad de Comercio y Gestión organizado por el Consejo de Estudiantes

El Consejo de Estudiantes de la Facultad de Comercio y Gestión organizó la primera edición del Torneo de Pádel de nuestra facultad. Se realizó los días **1, 2 y 3 de junio**, en el Complejo Deportivo Universitario de la UMA. Contó con varios patrocinadores que mostraron su apoyo a esta iniciativa que surgió del alumnado. Los ganadores de este torneo fueron Francisco Javier Aguilar y Pablo Villanueva ganadores del I Torneo de pádel de la facultad. Recibieron los premios de manos de Daniel Ruiz, Secretario de Facultad y de los alumnos que colaboraron en la organización del torneo Andrés Zarzuela, Alejandro Ruiz y Cristina Santamaría.



Los alumnos/as de GAP han sido recibidos por el alcalde y concejales de Cártama.

Siguiendo con las actividades del VIII Ciclo de Conferencias sobre Economía de los Servicios Públicos, estudiantes del grado de Gestión y Administración Pública visitaron el Ayuntamiento de Cártama, donde fueron recibidos por el alcalde, D. Jorge Gallardo, el Concejal de Infraestructuras D. Juan Francisco Lumbreras y el de Economía y Hacienda, D. Antonio José García.

Estudiantes de GAP viajan a Madrid para visitar el Congreso de los Diputados y el Senado.

En el marco del VIII Ciclo de Conferencias sobre Economía de los Servicios Públicos, estudiantes de cuarto del Grado de Gestión y Administración Pública visitaron el Congreso y el Senado. Las visitas fueron gestionadas por la diputada nacional del Partido Popular Dña. Carolina España y el Senador Nacional del PSOE D. José Aurelio Aguilar.



Presentado el Máster de Formación Permanente en Dirección y Marketing de Entidades Deportivas

El Málaga CF y la Facultad de Comercio y Gestión de la Universidad de Málaga (UMA) se unieron para lanzar el **primer Máster de Formación Permanente en Dirección y Marketing de Entidades Deportivas**. Esta formación de postgrado profundiza en el funcionamiento integral de diferentes entidades relacionadas con el deporte, desde clubes hasta organismos e instalaciones.



La Facultad impulsa un proyecto de sostenibilidad urbana con fondos FEDER

Bárbara Díaz (Facultad de Comercio y Gestión) y Venancio Gutiérrez (Facultad de Derecho) son los investigadores principales de un grupo compuesto en su mayoría por profesores de la Facultad de Comercio y Gestión, junto con personal de CIEDES (Centro de Investigaciones Estratégicas y de Desarrollo Económico y Social de Málaga).

Premios AECOC 2022 para Trabajos de Fin de Grado y Trabajos de Fin de Máster

Se publicaron los **Premios Académicos AECOC 2022 para alumnos o tutores de TFG/TFM** cuyo contenido pueda ser útil para mejorar la competitividad de las empresas. Los premios estaban dotados con 20.000 € repartidos en cuatro categorías (Marketing y Comercialización, Supply Chain, Tecnología Aplicada y PepsiCo Sostenibilidad).



Finalista del concurso de proyectos emprendedores la spin-off de Natalia Cerón

Natalia Cerón Santacruz, antigua alumna del Grado en Marketing e Investigación de Mercados de nuestra facultad, quedó finalista de la **'International Student Startup Competition Stup! Croatia 22'**, una competición internacional de proyectos emprendedores realizados por estudiantes universitarios de universidades de varios países.



La Facultad de Comercio y Gestión de la UMA, en la CIGAP

Nuestra facultad tuvo representación en la Conferencia Interuniversitaria de Decanos de Gestión y Administración Pública (CIGAP), que este 2022 se ha celebrado en Valencia, en la sede de la Universidad Politécnica (UPV).

El estudiante de la Facultad Diego Campos creó un programa de Onboarding para Nestlé.

Nestlé encargó a Diego Campos, alumno del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, el reto de crear un **programa de Onboarding** que les permita incrementar el engagement con el estudiantado desde el primer día. Este proyecto se enmarcó dentro del programa de captación de talento joven impulsado por AECOC.



Investigadores de nuestra Facultad realizan un estudio sobre el comercio tradicional en Málaga

El Ayuntamiento de Málaga, a través del Área de Comercio, encargó a la Facultad de Comercio y Gestión de la Universidad de Málaga un informe sobre el comercio tradicional, como paso previo a la puesta en marcha de un plan de protección a dicho sector, que se sumaba a las acciones e incentivos puestos en marcha desde el Consistorio en los últimos años.

El decano de la facultad, Benjamín del Alcázar, y la concejala delegada del Área de Comercio, Elisa Pérez de Siles, fueron los encargados de presentar las principales conclusiones del informe, explicando la metodología empleada por los cinco profesores de la facultad que lo han llevado a cabo, el propio Benjamín del Alcázar, así como Carmina Jambrino Maldonado, Mario Sierra Martín, Álvaro Díaz Casquero y Patricia Iglesias Sánchez.

El objetivo ha sido identificar, evaluar y proteger a aquellos establecimientos comerciales que, por su tradición, antigüedad y/o características singulares podrían ser objeto de apoyo institucional para favorecer su permanencia y competitividad en el entorno empresarial actual.



Se crea la Cátedra de Estudios CAF vinculada a la profesión de administradores de fincas

La cátedra nace fruto del acuerdo entre el Colegio Territorial de Administradores de Fincas de Málaga y Melilla y la Facultad de Comercio y Gestión. El objetivo es impulsar la investigación sobre el mercado de la profesión de administradores de fincas. Está dirigida por Eva María González Robles, profesora de la facultad.

Como principal actividad destaca la puesta en marcha de un sistema de investigación de mercados para el conocimiento del comportamiento del usuario y el mercado de la administración de fincas. Igualmente, a través de estos estudios se pretende desarrollar un observatorio del sector.

Varios docentes de la Facultad de Comercio y Gestión trabajarán de la mano de su directora. Los miembros son Amparo Bentabol Manzanares, Benjamín del Alcázar Martínez, Ana Isabel Esteban Pagola, María Mercedes Rojas de Gracia, Daniel Ruiz Palomo y María José Valencia Quintero.



Finalista del concurso de proyectos emprendedores la spin-off de Natalia Cerón

Natalia Cerón antigua alumna del Grado en Marketing e Investigación de Mercados de nuestra facultad, ha quedado **finalista de la 'International Student Startup Competition Stup! Croatia 22'**, una competición internacional de proyectos emprendedores realizados por estudiantes universitarios de universidades de varios países.

En esta tercera edición del certamen, en el que la UMA participa como socio organizador junto con la Universidad de Split y otras universidades europeas, han participado 42 equipos de startups de 16 universidades de diferentes países.

De los diez finalistas, tres son de Croacia (Universidad de Split), tres de España (Universidad de Málaga), una de Polonia (Universidad de Gdansk), una de Canadá (Universidad McGill), una de Alemania (Stuttgart Media University) y una de Macedonia (St. Cyril and Methodius University).

Entre los proyectos malagueños se encuentra el de Natalia Cerón, que participó con 'Hagamos Hogar', una plataforma de viviendas compartidas intergeneracional, que ayuda a personas mayores que viven solas a encontrar los mejores compañeros posibles gracias al Matching-Learning y a la IA. Cerón ya está en conversaciones con Fil Rouge Capital (FRC), una gestora de fondos de inversión croata centrada en empresas en fase inicial desde las rondas de inversión de pre-semilla, semilla y serie A.



La Facultad representada en la European Association for International Education.

El evento se celebró del **14 al 16 de septiembre**. La Vicedecana de Movilidad e Investigación, Carmina Jambrino, representó a la Facultad de Comercio y Gestión y formó parte de la comitiva de la Universidad de Málaga que participó en la **European Association for International Education**. El objetivo de este evento fue afianzar las relaciones internacionales e identificar potenciales nuevos socios dentro y fuera de Europa para aumentar las redes de internacionalización y favorecer la movilidad de toda la comunidad universitaria de la Facultad.



VI Inspiring Women Leader

Málaga se convirtió en la capital del emprendimiento tecnológico femenino los días **27 y 28 de Octubre**. Este evento, promovido desde **Women Startup Community** se celebró en su séptima edición por primera vez en Málaga gracias a la colaboración de un grupo de investigación de la Facultad de Comercio y Gestión de la Universidad de Málaga con esta asociación referente a nivel internacional.

Más de 700 personas entre emprendedor@s, startups, agentes del ecosistema emprendedor y personas con inquietudes por la Inteligencia Artificial, BlockChain, Biotecnología, e-Educación se dieron cita en el Palacio de Congresos.



19 Presencia de la Facultad en los Medios y Redes Sociales

a. Página web

<https://www.uma.es/facultadmarketing/>

b. Redes Sociales

Twitter

Facultad de Comercio y Gestión: [@FCGUMA](#)

Grado en Marketing e Investigación de Mercados: [@Grado_Marketing](#)

Grado en Gestión y Administración Pública: [@Gap_uma](#)

Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital: [@MkDigitalUMA](#)

Título propio en Estudios Inmobiliarios: [@Est_Inmob_UMA](#)

Máster propio en Retail Marketing: [@RetailMktUma](#)

Instagram

Facultad de Marketing y Gestión: [@marketinggestionuma](#)

Máster propio en Retail Marketing: [@masterretailmarketing](#)

Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital: [@mkdigitaluma](#)

Facebook

Facultad de Marketing y Gestión: [MarketingGestiónUMA](#)

Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital: [mastermkdigitaluma](#)

Estudios Inmobiliarios: [estudiosinmobiliariosuma](#)

Máster propio en Retail Marketing: [MasterRetailMarketingUMA](#)

Youtube

Facultad de Marketing y Gestión: [FacultadMarketingyGestiónUMA](#)

Linkedin

Facultad de Marketing y Gestión: [FacultadMarketingyGestiónUMA](#)

Máster propio en Retail Marketing: [MasterRetailMarketingUMA](#)

Curso de Experto Universitario de Adaptación al Grado en Marketing e Investigación de Mercados: [CursoExpertodeAdaptación](#)

c. Presencia en los medios

Los medios se hacen eco de la Semana Cultural de la Facultad

- 101 televisión recoge la celebración de la Semana Cultural de la Facultad: [La Facultad de Comercio y Gestión celebra su semana cultural con un diverso programa de actividades](#)

**La Facultad de Comercio y Gestión
celebra su semana cultural con un
diverso programa de actividades**

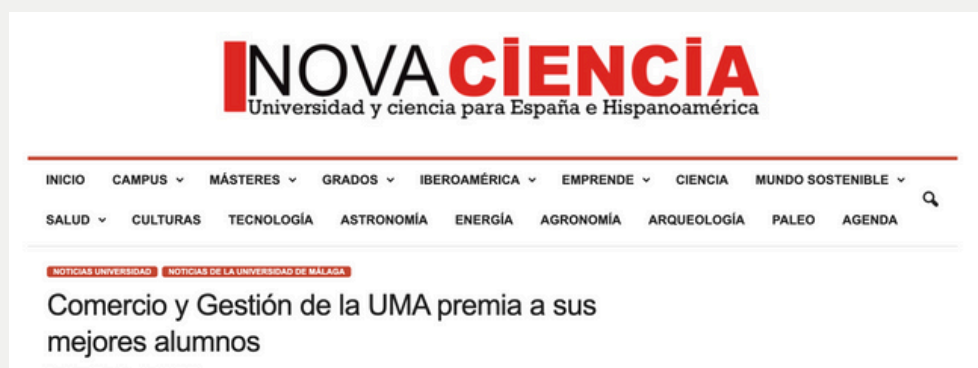
De 101 TV | 22/11/2021

- [La Universidad de Málaga reúne a empresas de éxito en la semana cultural de la Facultad de Comercio](#)



Diversos medios recogen el Acto de Entrega de Honores y Distinciones de la Facultad

- [Comercio y Gestión de la UMA premia a sus mejores alumnos](#)



- [La Facultad de Comercio de Málaga premia a sus alumnos más brillantes](#)



- [Andrés Zarzuela obtiene la distinción al Alumno Destacado de la Facultad de Comercio y Gestión](#)

Universidad

Andrés Zarzuela obtiene la distinción al Alumno Destacado de la Facultad de Comercio y Gestión

El universitario recibió el reconocimiento de manos de Mercedes Rojas de Gracia, la vicedecana de Estudiantes de la facultad



Andrés Zarzuela y Mercedes Rojas en la entrega de Honores y Distinciones de 2022 de la Facultad de Comercio y Gestión / L. O.

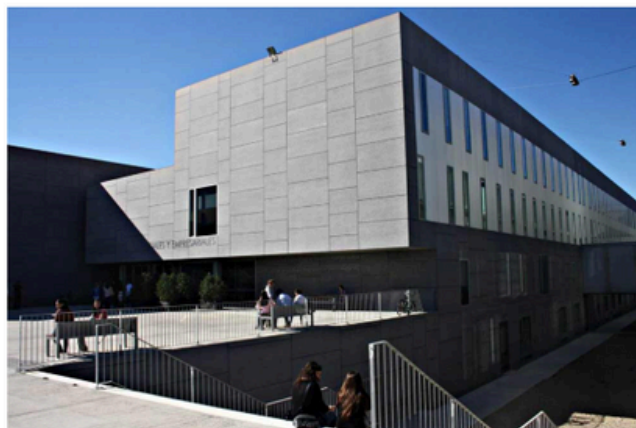
- Diario Sur recoge la creación de una Cátedra sobre estudios de Administración de Fincas: [La UMA crea una cátedra sobre estudios de administración de fincas](#)

EMPRESA NOTICIAS DE ECONOMÍA

La UMA crea una cátedra sobre estudios de administración de fincas

Por Nova Ciencia - Jul 4, 2022

La nueva **Cátedra de Estudios CAF de la UMA**, que busca impulsar la investigación sobre el mercado de la **profesión de administradores de fincas**, se ha presentado en el **XXII Congreso Nacional de Administradores de Fincas**, celebrado este fin de semana en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.



Facultad de Comercio y Gestión de la UMA.

- El Desmarque informa sobre la puesta en marcha del Máster en Gestión Deportiva: [El Málaga y la UMA se alían para lanzar un Máster en Gestión Deportiva](#)

El Málaga y la UMA se alían para lanzar un Máster en Gestión Deportiva



Foto de familia en la presentación del Máster del Málaga y la UMA (Foto: MCF).

- Vida Económica recoge los datos obtenidos en el Informe emitido por la Cátedra de Estudios Cofrades dirigida por Benjamín del Alcazar: [Esta Semana Santa superará el impacto económico de la celebrada antes de la pandemia](#)

Esta Semana Santa superará el impacto económico de la celebrada antes de la pandemia

Durante los siete días de pasión se generarán más de 103 millones de euros sin contar los preparativos, los eventos extraordinarios o el desembolso de las cofradías



12 de abril de 2022



Cofradía de la Misericordia de Málaga. (imagen de archivo)

El impacto económico de esta Semana Santa en Málaga será superior al alcanzado antes de la pandemia. Así lo estima el director de la Cátedra de Estudios Cofrades de la UMA, **Benjamín del Alcázar**. El también decano de la Facultad de Comercio y Gestión apunta que los 103 millones de euros directos e indirectos que generó la Semana de Pasión previa a la pandemia se «superarán con creces». No obstante, advierte que todavía es pronto para dar una cifra científica, pero basa su previsión en indicaciones como la ocupación hotelera «ahora con más capacidad y con el auge de los apartamentos turísticos», la escasez de billetes de transporte hacia Málaga y la inflación. «Los precios han subido y eso obviamente genera un impacto económico mayor», afirma.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO
Y GESTIÓN



**Memoria del Curso
Académico**

2021-2022