



Reglamento del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión de la Universidad de Málaga

Preámbulo

El estudiantado puede y debe estar presente en la toma de decisiones en los ámbitos tanto académicos como de gestión, defendiendo sus intereses desde la posición que les corresponde como principales usuarios del servicio y miembros fundamentales de la Comunidad Universitaria. El objetivo perseguido en la elaboración del presente Reglamento Interno ha sido la creación del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión de la Universidad de Málaga, el cual tiene como objetivo fundamental la coordinación entre los representantes estudiantiles de los distintos niveles de gestión.

El presente Reglamento Interno del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión de la Universidad de Málaga quiere enmarcarse en el Real Decreto 1791/2010, de 30 de diciembre, por el que se aprueba el Estatuto del Estudiante Universitario (BOE 31 de diciembre de 2010), donde en su capítulo XI del Consejo de Estudiantes Universitario del Estado establece su carácter de órgano de deliberación, consulta y participación del estudiantado universitario ante el Ministerio de Educación, y en este caso, ante la Facultad de Marketing y Gestión de la Universidad de Málaga.

El artículo 46.2 f) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Facultades, modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, así como el artículo 81.1 a) de los Estatutos de la Universidad de Málaga, aprobados por Decreto 464/2019, de 14 de mayo, de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía, contemplan de forma expresa el derecho del estudiantado a estar representado en los órganos de gobierno universitario. En particular, el artículo 77 de los Estatutos de la Universidad de Málaga prevé la existencia del Consejo de Estudiantes como, según indica la sección sexta del título primero, uno de sus órganos de participación y representación. El derecho a la participación activa del estudiantado se garantiza al estar representado en todos los órganos de gobierno de la Universidad de Málaga: Claustro, Consejo de Gobierno, Consejo Social, Junta de Centro y Consejo de Departamento.

Título preliminar. Disposiciones generales

Artículo 1. Naturaleza y denominación

1. El Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión es el máximo órgano de representación, deliberación, consulta y participación del estudiantado de la Facultad de Marketing y Gestión. Tiene carácter independiente y se encarga de canalizar y coordinar la representación estudiantil en el ámbito de esta Facultad. Su funcionamiento será democrático y se regirá por el presente Reglamento con sujeción a las normas de rango superior.

2. En el presente Reglamento, el Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y



Gestión será también denominado «Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión».

Artículo 2. Principios

1. El Consejo de Estudiantes se inspira en su actuación en los valores superiores, recogidos en la Constitución Española, de libertad, justicia, igualdad, pluralismo y participación.
2. En su seno no podrán tener lugar actividades con afán de lucro personal, de conformidad con su carácter público y según dispone la legislación vigente.

Artículo 3. Funciones y objetivos

Sin perjuicio de las que corresponden a otros órganos de la Universidad de Málaga, son funciones del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión las siguientes:

- a) Representar y defender los derechos e intereses del estudiantado de la Facultad de Marketing y Gestión de la Universidad de Málaga, en los ámbitos que puedan verse afectados.
- b) Defender los intereses de la educación pública, la calidad de la enseñanza y el derecho a la educación superior.
- c) Asistir, apoyar y asesorar en su labor a todos los órganos de representación estudiantil, en cualquier instancia universitaria.
- d) Colaborar con los consejos de estudiantes u órganos análogos de otras universidades españolas y extranjeras, en beneficio de los estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión de la Universidad de Málaga.
- e) Elegir a sus representantes en las instituciones u organismos ajenos a la Facultad de Marketing y Gestión de la Universidad de Málaga en los que participe.
- f) Informar al estudiantado sobre los acontecimientos de la comunidad universitaria que le puedan afectar o interesar, y colaborar en la difusión de la información de los órganos de la Facultad de Marketing y Gestión de la Universidad de Málaga dirigida al estudiantado.
- g) Asesorar a cualquier estudiante de la Facultad de Marketing y Gestión de la Universidad de Málaga en los casos que generen conflicto en el ámbito universitario entre iguales o con el resto de la comunidad universitaria.
- h) Fomentar la participación estudiantil en los órganos de gobierno y representación de la Facultad de Marketing y Gestión de la Universidad de Málaga.
- i) Acordar el paro académico conforme a lo establecido en el artículo 112.1 j) de los Estatutos de la Universidad de Málaga, siguiendo el procedimiento del reglamento que lo regule. También podrá promover manifestaciones y movilizaciones en defensa de los derechos de los estudiantes de la Universidad.
- j) Suscitar el interés por la vida cultural, social, artística y deportiva de la Universidad de Málaga, promoviendo y organizando labores dirigidas a tales fines y que sean consideradas de interés para el estudiantado.



- k) Asistir en el cuidado de la aplicación de los principios de igualdad de oportunidades, multiculturalidad, libertad, legalidad, sostenibilidad, publicidad y funcionamiento objetivo de las instituciones universitarias, a fin de cumplir eficientemente con su responsabilidad social.
- l) Establecer las líneas generales de coordinación y actuación de la representación del estudiantado de la Facultad de Marketing y Gestión de la Universidad de Málaga, siempre desde el respeto a la legítima iniciativa individual o colectiva.
- m) Proporcionar ayuda, formación y asesoramiento a estudiantes, en la medida en que lo soliciten y sea posible, para facilitar su labor y el cumplimiento de sus funciones.
- n) Recibir y dar cauce a las propuestas, quejas y peticiones del estudiantado para la mejora de la vida académica y de las instituciones del ámbito universitario, cuando así lo soliciten las personas interesadas.
- ñ) Promover foros de reflexión y debate, en los que el estudiantado pueda discutir sobre las cuestiones que le afectan, impulsando el pensamiento crítico.
- o) Gestionar los recursos asignados por la Universidad de Málaga u otros organismos públicos para el desarrollo de sus funciones, de acuerdo con los principios de transparencia y responsabilidad que han de regir el uso de fondos públicos.
- p) Velar por los derechos y el cumplimiento de los deberes del estudiantado, previstos en los Estatutos de la Universidad de Málaga.
- q) Orientar y ejercer la mentoría con estudiantes de nuevo ingreso al Centro.
- r) Cualesquiera otras funciones derivadas de la normativa vigente.

Artículo 4. Ámbito de actuación

1. El ámbito de actuación propio es el de la Facultad de Marketing y Gestión.
2. Para la consecución y realización de las funciones y los objetivos, el Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión podrá actuar en el marco local, autonómico, nacional o internacional, tanto en las instituciones como en los movimientos sociales.

Artículo 5. Dotación de medios materiales y apoyo técnico y administrativo

1. La sede del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión será la que el Decanato de la Facultad de Marketing y Gestión le asigne, siempre que sea posible para uso exclusivo, y oído el Consejo de Estudiantes.
2. El presupuesto de la Facultad de Marketing y Gestión recogerá la dotación presupuestaria asignada al presente Consejo de Estudiantes para el desarrollo de sus funciones.
3. El Decanato de la Facultad de Marketing y Gestión prestará apoyo institucional a este Consejo de Estudiantes para la consecución de sus fines.



Artículo 6. Documentación administrativa

1. Son documentos administrativos del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión, previa comunicación y posterior visado por la Junta de Centro:
 - a) La lista de sus integrantes.
 - b) Las convocatorias de las sesiones del Pleno, así como las actas y acuerdos del mismo.
 - c) La memoria económica anual, que contendrá los gastos realizados y su justificación.
 - d) Cualquier otra información derivada del presente Reglamento o de la legislación vigente.
2. Los documentos del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión serán publicados en su página web.
3. La actuación del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión y la publicidad de sus actuaciones y documentos se adaptarán a la legislación estatal y autonómica sobre transparencia y sobre protección de datos.

Artículo 7. Identidad corporativa

En el marco de lo dispuesto sobre este asunto por la Universidad de Málaga, el Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión propondrá un manual que describa los elementos que conforman su identidad, marcas y emblemas, así como el uso que se puede hacer de ellos, siempre en consonancia con lo establecido por el Servicio de Comunicación de la UMA y el Decanato de la Facultad de Marketing y Gestión.

Título I. Derechos y deberes de la membresía del Consejo de Estudiantes

Artículo 8. Derechos

Son derechos de la membresía del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión los siguientes:

- a) Participar con voz y voto en las reuniones del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión y de las comisiones de las que formen parte.
- b) Recibir de los órganos responsables de la Universidad de Málaga cuanta información y apoyo sean necesarios para el mejor desempeño de sus funciones, de acuerdo con la vigente normativa sobre transparencia y protección de datos.
- c) Acceder a las dependencias, el material, el archivo, la documentación y las infraestructuras del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión, bajo las condiciones que establezcan en cada caso los órganos responsables, y velando siempre por su buen uso.
- d) Realizar propuestas de trabajo que sean de interés para el estudiantado y la representación estudiantil, así como coordinarlas en comisiones y participar en ellas para la consecución de dichas propuestas.



e) Cualesquiera otros que le atribuyan el presente Reglamento y la normativa de rango superior.

Artículo 9. Obligaciones

Son obligaciones de la membresía del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión las siguientes:

- a) Dar a conocer al estudiantado de la Facultad de Marketing y Gestión la información de interés para el mismo.
- b) Asistir a las reuniones del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión y de las comisiones de las que formen parte, y notificar a la Secretaría del Consejo de Estudiantes o a la coordinación de la correspondiente comisión, la imposibilidad de asistir a una reunión, alegando la causa que lo impida.
- c) Canalizar las propuestas, iniciativas y críticas del estudiantado ante los órganos de la Universidad, sin perjuicio del derecho de cualquier estudiante a elevarlas directamente con arreglo al procedimiento establecido.
- d) Intervenir conforme a las normas de convivencia y las buenas costumbres.
- e) Informar a otros integrantes del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión, cuando así lo soliciten, sobre cualquier asunto que incumba a la labor de representación del estudiantado.
- f) Hacer buen uso de la información recibida en el ejercicio de sus funciones, respetando la confidencialidad de la que le fuera revelada con ese carácter.
- g) Cuidar y hacer un buen uso de las dependencias, el material, el archivo, la documentación y las infraestructuras del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión o de las que les fuesen confiadas en el ejercicio de sus funciones.
- h) Transmitir las inquietudes del estudiantado de la Facultad al Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión.
- i) Explicar y rendir cuentas de su actuación ante el Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión.
- j) Velar por el cumplimiento de los derechos y obligaciones del estudiantado conforme a lo previsto en los Estatutos de la Universidad de Málaga.
- k) Cualesquiera otras que le atribuyan el presente Reglamento y la normativa de rango superior.

Título II. Órganos colegiados

Capítulo I. El Pleno

Artículo 10. Funciones, reuniones y constitución

1. El Pleno ejerce las funciones previstas en el artículo 3 y las facultades reguladoras del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión, elabora el plan de



actuaciones, controla la acción de la Junta Directiva y tiene las demás competencias que le atribuye el presente Reglamento y los acuerdos emanados de este.

2. Con carácter general, el Pleno deberá reunirse como mínimo una vez en cada semestre.
3. El Pleno se constituirá cada año antes del 1 de abril del siguiente año que se hayan convocado las elecciones.

Artículo 11. Composición

1. El Pleno estará constituido por:
 - a) Estudiantes del Centro que formen parte del Claustro Universitario.
 - b) Estudiantes que formen parte de la Junta de Centro.
 - c) Estudiantes que formen parte de la Comisión Académica y de Calidad del Centro.
 - d) Estudiantes que formen parte de las respectivas comisiones de máster.
 - e) Estudiantes que formen parte, en su caso, de las diferentes comisiones de la Facultad.
 - f) Otros estudiantes representantes de grupo, curso y titulación.
 - g) Excepcionalmente, podrán formar parte del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión estudiantes matriculados en la Facultad que pertenezcan a asociaciones vinculadas a ella, siempre y cuando el Pleno apruebe su incorporación mediante una votación por mayoría simple.
2. Quienes integren el Pleno del Consejo de Estudiantes dejarán de tener tal condición por los siguientes motivos:
 - a) Expiración de su periodo de mandato, en cuyo caso permanecerán en funciones hasta que sean sustituidos mediante las correspondientes elecciones.
 - b) Renuncia expresa.
 - c) Pérdida de condición de estudiante.
 - d) Fallecimiento.
 - e) Resolución judicial firme.

Artículo 12. Quórum

1. El Pleno podrá constituirse en primera o en segunda convocatoria.
2. Para la válida constitución del Pleno en primera convocatoria, se requerirá la presencia de quienes ejerzan la presidencia y la secretaría, o de las personas que las sustituyan, y de al menos el 50% del total de sus miembros. Si no hubiera quórum en primera convocatoria, quince minutos más tarde quedará el Pleno válidamente constituido en segunda convocatoria con la asistencia de quienes ejerzan la presidencia y la secretaría,



o de las personas que las sustituyan, y de al menos el 25% del total de sus miembros o de representantes del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión.

Artículo 13. Acuerdos

3. Los acuerdos del Pleno se adoptarán por mayoría simple de la membresía del Consejo, salvo que se exija mayoría absoluta en este Reglamento.
4. En caso de empate, se procederá a un debate, tras el cual se celebrará la segunda votación. Si el empate persistiera, prevalecerá el voto de calidad de la presidencia.
5. El voto es personal e indelegable. No se admitirá voto por correo, salvo de carácter electrónico o telemático. Cuando se asista a distancia, los acuerdos se entenderán adoptados en el lugar donde esté ubicada la presidencia.

Capítulo II. La Junta Directiva

Artículo 14. Finalidad, reuniones y constitución

1. La Junta Directiva dirige las actividades y actuaciones del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión, y ejerce la función ejecutiva de acuerdo con este Reglamento y los acuerdos del Pleno.
2. La Junta Directiva se reunirá tantas veces como sea convocada por la presidencia o solicitada por dos de sus miembros. Sus acuerdos se adoptarán por mayoría simple, decidiendo el voto de calidad de la presidencia en caso de empate.
3. La Junta Directiva se renovará cada año, antes del 15 de abril. En caso de elección para cubrir sus vacantes, el mandato de quienes resultaron elegidos durará hasta la siguiente renovación de la Junta Directiva.

Artículo 15. Composición, elección y cese de sus integrantes

1. La Junta Directiva está formada por las personas que ejerzan la presidencia, la vicepresidencia, la secretaría y la tesorería del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión, y por hasta cinco personas más, que desempeñarán la función de las vocalías.
2. Las personas que integren la Junta Directiva serán elegidas por y de entre la membresía del Pleno del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión.
3. Quienes integren el Comité Permanente dejarán de tener tal condición por los siguientes motivos:
 - a) Expiración de su periodo de mandato, en cuyo caso continuarán en funciones hasta que sean sustituidos mediante elección prevista en el artículo 15.4.
 - b) Pérdida de la condición de vocal, por acuerdo del Pleno, según lo previsto en el artículo 23.2.



- c) Renuncia expresa.
 - d) Aprobación de moción de censura.
 - e) Fallecimiento.
 - f) Resolución judicial firme.
4. Cuando las personas que ostenten un cargo de dirección dimitan o dejen de ser estudiantes del Centro, continuarán en funciones hasta que se convoquen elecciones.
5. Cuando las elecciones a que se refiere el apartado anterior no sean convocadas, los estudiantes miembros de la Junta de Centro o, en su ausencia, el Consejo de Estudiantes de la Universidad, podrá nombrar transitoriamente aquellos órganos de dirección del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión necesarios para efectuar la convocatoria de nuevas elecciones a dichos órganos.
6. Los estudiantes que sean designados mediante el procedimiento establecido en el apartado anterior deberán estar matriculados en el Centro y únicamente tendrán potestad para convocar el Pleno y realizar la elección de los órganos de dirección vacantes, siguiendo las previsiones del presente Reglamento.
7. Las elecciones citadas en el punto anterior tendrán lugar en el plazo máximo de 30 días hábiles desde el nombramiento transitorio.

Artículo 16. Funciones

Son funciones de la Junta Directiva las siguientes:

- a) Ejecutar los acuerdos del Pleno.
- b) Canalizar las solicitudes planteadas por el estudiantado de la Facultad de Marketing y Gestión en el Pleno.
- c) Informar y responder ante el Pleno de los objetivos conseguidos y de la labor realizada en el ejercicio de sus competencias.
- d) Relacionarse con organizaciones estudiantiles, culturales, deportivas, lúdicas, sociales o científicas.
- e) Velar porque las reuniones del Consejo de estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión y de las comisiones emanadas de este, no coincidan con las convocatorias de exámenes.
- f) Tomar decisiones sobre asuntos urgentes que versen acerca de cuestiones tratadas en órganos de gobierno y de representación de la Universidad de Málaga o entidades de representación estudiantil de ámbito local, autonómico, nacional e internacional. Se entiende por asuntos urgentes aquellos que por su naturaleza imposibilitan convocar al Pleno para darles una respuesta.
- g) Acudir a actos oficiales y académicos en representación del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión.
- h) Cualesquiera otras que le atribuyan el presente Reglamento o la legislación vigente.



Artículo 17. Funcionamiento de los órganos colegiados del Consejo de Estudiantes

1. Las sesiones del Pleno, del Comité Permanente y del resto de comisiones de trabajo y demás órganos colegiados del Consejo de Estudiantes, podrán ser convocadas de manera presencial o a distancia por la presidencia. Aun siendo la convocatoria inicialmente presencial, podrá celebrarse mediante la asistencia de uno o más miembros comunicados a distancia, de forma electrónica o telemática, siempre en unidad de acto.
2. Las sesiones ordinarias habrán de ser convocadas con cinco días de antelación y las extraordinarias con 48 horas. Salvo que no resulte posible, las convocatorias serán remitidas a los miembros del órgano colegiado a través de medios electrónicos mediante firma electrónica de quienes ejerzan la presidencia o la secretaría. Para su oportuno conocimiento y posible apoyo logístico, las convocatorias serán remitidas al Decanato de la Facultad.
3. Para la válida constitución del órgano, a efectos de la celebración de sesiones, deliberaciones y toma de acuerdos, se requerirá la asistencia, presencial o a distancia, de quienes ejerzan la presidencia o la secretaría o, en su caso, de quienes les suplan, y la de la mitad, al menos, de sus miembros. Cuando estuvieran reunidos, de manera presencial o a distancia, quienes ejerzan la presidencia o la secretaría y todos los miembros del órgano colegiado, o en su caso las personas que les suplan, podrán constituirse válidamente como órgano colegiado para la celebración de sesiones, deliberaciones y adopción de acuerdos sin necesidad de convocatoria previa cuando así lo decidan por unanimidad todos sus miembros.
4. La convocatoria deberá contener el orden del día fijado por la presidencia, la fecha, hora y lugar de su celebración, e ir acompañada, en su caso, de documentación suficiente para su deliberación. La convocatoria también determinará las condiciones en las que se vaya a celebrar la sesión, el sistema de conexión y, en su caso, los lugares en que estén disponibles los medios técnicos necesarios para asistir y participar en la reunión.
5. En las sesiones que celebren los órganos colegiados a distancia, sus miembros podrán encontrarse en distintos lugares siempre y cuando se asegure por medios electrónicos, considerándose como tales los telefónicos, y audiovisuales, la identidad de los miembros o personas que los sustituyan, el contenido de sus manifestaciones, el momento en que éstas se producen, así como la interactividad e intercomunicación entre ellos en tiempo real y la disponibilidad de los medios durante la sesión. Sin ser los únicos, entre los medios electrónicos válidos se considerarán incluidos el correo electrónico, las audioconferencias y las videoconferencias.
6. Los acuerdos se adoptarán por mayoría simple de los presentes, salvo que alguna disposición exija mayoría absoluta.
7. Existirá mayoría simple cuando el número de votos favorables sea mayor que el de los desfavorables.
8. Existirá mayoría absoluta cuando los votos favorables sean la mitad más uno del número legal de miembro.



9. Con carácter general y salvo lo dispuesto en este Reglamento para la representación, el voto es personal e indelegable. No se admitirá voto por correo, salvo de carácter electrónico o telemático. Cuando se asista a distancia, los acuerdos se entenderán adoptados en el lugar donde esté ubicada la presidencia.

10. No podrá ser objeto de deliberación o acuerdo ningún asunto que no figure incluido en el orden del día, salvo que asistan todos los miembros del órgano colegiado y sea declarada la urgencia del asunto por el voto favorable de la mayoría.

11. Quien ejerza la secretaría levantará acta de cada sesión que celebre el órgano colegiado, acta que especificará necesariamente lo previsto en el artículo 34.1. Tanto las sesiones del Pleno, como las del Comité Permanente y las de los demás órganos colegiados previstos en este Reglamento podrán ser grabadas mediante medios telemáticos o audiovisuales. El fichero electrónico resultante de la grabación, junto con la certificación expedida por quien ejerza la secretaría de la autenticidad e integridad del mismo, y cuantos documentos en soporte electrónico se utilizasen como documentos de la sesión, podrán acompañar al acta de las sesiones, sin necesidad de hacer constar en ella los puntos principales de las deliberaciones.

12. El acta de cada sesión podrá aprobarse en la misma reunión o en la inmediata siguiente. Quien ejerza la secretaría elaborará el acta con el visto bueno de quien ejerza la presidencia y lo remitirá a través de medios electrónicos a los miembros del órgano colegiado, quienes podrán manifestar por los mismos medios su conformidad o reparos al texto a efectos de su aprobación, considerándose, en caso de conformidad, aprobada en la misma reunión.

13. Cuando se hubiese optado por la grabación de las sesiones celebradas o por la utilización de documentos en soporte electrónico, las grabaciones deberán conservarse de forma que se garantice la integridad y autenticidad de los ficheros electrónicos correspondientes y el acceso a los mismos por parte de los miembros del órgano colegiado.

Capítulo III. Las comisiones

Artículo 18. Finalidad y tipología

1. El Pleno del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión podrá constituir comisiones de trabajo para el mejor desempeño de sus funciones.

2. Las comisiones de trabajo podrán ser permanentes o temporales. Tendrán la condición de temporales cuando se creen para un cometido concreto y se extingan a la finalización del mismo.



Título III. Dirección del Consejo de Estudiantes

Capítulo I. Funciones

Artículo 19. Presidencia

1. La persona titular de la presidencia del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión, que podrá ser reelegida por una sola vez, formará parte de la Junta de Centro ante cualquier instancia.
2. Sus funciones son:
 - a) Ser portavoz y la máxima representación del estudiantado de la Facultad de Marketing y Gestión ante cualquier instancia.
 - b) Cumplir y hacer cumplir los acuerdos del Pleno.
 - c) Convocar las sesiones del Pleno a través de la secretaría.
 - d) Presidir, dirigir, moderar y levantar o, en su caso, de acuerdo con la legislación vigente y lo previsto en el artículo 33.6, suspender las reuniones del Pleno.
 - e) Dirimir con su voto los empates en las sesiones del Pleno y la Junta Directiva.
 - f) Visar las actas y acreditaciones de los acuerdos del Pleno.
 - g) Informar al Pleno y al Comité Permanente de todas las actuaciones llevadas a cabo en representación de este.
 - h) Mantener la comunicación con el equipo decanal de la Facultad de Marketing y Gestión con competencias en estudiantado.
 - i) En caso de ausencia de la persona titular de la secretaría, nombrar a quien la sustituya, de entre quienes integren la Junta Directiva, durante la correspondiente reunión.
 - j) En caso de ausencia de la persona titular de la tesorería, ejecutar las funciones básicas de la misma.
 - k) Convocar elecciones a la Junta Directiva o a sus puestos vacantes.
 - l) Cualesquiera otras que le atribuyan el presente Reglamento o la legislación vigente.

Artículo 20. Vicepresidencia

La persona titular de la vicepresidencia apoyará a quien ejerza la presidencia en el desarrollo de sus funciones, y la sustituirá en caso de ausencia.

Artículo 21. Secretaría

Son funciones de quien ejerza la secretaría las siguientes:

- a) Redactar y firmar las actas de las sesiones del Pleno.
- b) Llevar a cabo la labor de comunicación y notificación de documentos a los órganos del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión.



- c) Custodiar y ser fedataria de actas, documentos y sellos del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión, así como del registro de sus miembros.
- d) Supervisar que las resoluciones del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión se realicen respetando este Reglamento y los acuerdos del Pleno.
- e) Efectuar, siguiendo las indicaciones de quien ejerza la presidencia, las convocatorias de las sesiones del Pleno, y remitirlas a sus integrantes.
- f) Dar fe pública y expedir acreditaciones relativas a los ámbitos de actuación del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión, con el visto bueno de la presidencia, así como los informes que fueren necesarios.
- g) Preparar y enviar, junto con la convocatoria de las sesiones, la documentación pertinente para que sea estudiada con anterioridad por el Pleno.
- h) Cualesquiera otras que le atribuyan el presente Reglamento o la legislación vigente.

Artículo 22. Tesorería

Son funciones de quien ejerza la tesorería las siguientes:

- a) Informar al Pleno de la financiación destinada al Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión.
- b) Elaborar y proponer, a la Junta Directiva y al Pleno, el presupuesto del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión.
- c) Trasladar al equipo decanal de la Facultad de Marketing y Gestión la propuesta de la partida destinada al Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión en el presupuesto de la Facultad.
- d) Efectuar los trámites necesarios para la realización de pagos con cargo al presupuesto del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión, con el visto bueno de la presidencia.
- e) Elaborar la memoria de gastos del Consejo de Estudiantes Marketing y Gestión para su aprobación por el Pleno y posterior publicación en la página web del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión.
- f) Cualesquiera otras que le atribuyan el presente Reglamento o la legislación vigente.

Artículo 23. Vocalías

1. Las vocalías del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión podrán ejercer funciones delegadas por la presidencia, la vicepresidencia, la secretaría y la tesorería.
2. El Pleno, en cualquiera de sus sesiones, debatirá y aprobará por mayoría simple el número de vocalías, dentro de los límites establecidos en el artículo 15.1, atendiendo a las necesidades de quienes ejerzan la presidencia, la vicepresidencia, la secretaría y la tesorería para cumplir sus funciones.
3. Las nuevas vocalías incorporadas se considerarán vacantes y se deberán convocar las correspondientes elecciones a ellas.



Capítulo II. Elecciones de los integrantes de la Junta Directiva

Artículo 24. Calendario electoral

1. El Pleno del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión establecerá el calendario de cada uno de los procesos electorales que deban llevarse a cabo.
2. Cada calendario electoral deberá indicar, al menos, las siguientes fases, con las fechas y plazos establecidos para cada una de ellas:
 - a) Publicación del censo provisional.
 - b) Reclamaciones a los datos censales.
 - c) Publicación del censo definitivo.
 - d) Presentación de candidaturas.
 - e) Proclamación provisional de candidaturas.
 - f) Reclamaciones contra la proclamación provisional de candidaturas.
 - g) Proclamación definitiva de candidaturas.
 - h) Votación.

Artículo 25. Censo de electores

1. Para el ejercicio del derecho al sufragio activo será necesario ser miembro del Pleno.
2. En el censo se hará constar, para cada elector, el nombre y los apellidos, así como el número del Documento Nacional de Identidad o de documentos homólogos.
3. Para la elaboración del censo de electores se utilizará la información que, en la fecha de aprobación del calendario electoral, conste en las bases de datos oficiales de la Universidad de Málaga.
4. El censo completo de electores será facilitado por el Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión a la membresía del Pleno.

Artículo 26. Candidaturas

1. Las candidaturas a cualquier puesto de la Junta Directiva se formalizarán mediante escrito dirigido a la Presidencia del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión, y firmadas por la persona candidata. Dicho escrito deberá contener como mínimo los siguientes datos:
 - a) Nombre y apellidos de la persona candidata.
 - b) Número del Documento Nacional de Identidad o de documentos homólogos.
 - c) Solicitud de ser proclamado candidato.



- d) Una fotografía de la persona candidata.
- 2. Las candidaturas se presentarán en el plazo establecido en el calendario electoral.
- 3. El procedimiento de presentación de candidaturas será aprobado junto a la convocatoria de elecciones y el calendario electoral.
- 4. Finalizada la presentación de candidaturas, la Junta Directiva procederá, en el plazo señalado en el calendario electoral, a la proclamación provisional de las mismas, así como a la publicación de una relación de las excluidas de dicha proclamación, indicando la causa de dicha exclusión. Contra dicha proclamación provisional podrá interponerse reclamación ante la Junta Directiva, en el plazo indicado en el calendario electoral.
- 5. La Junta Directiva resolverá las reclamaciones que pudieran haberse presentado contra la proclamación provisional de candidaturas, y procederá a la proclamación definitiva de candidaturas.

Artículo 27. Censo de electores

- 1. La Mesa Electoral estará integrada por quienes ejerzan la presidencia y la secretaría de la Junta Directiva, que actuarán como presidente y secretario de la misma, y por tres vocales, que serán los dos miembros del Pleno de mayor edad y el de menor edad. Los candidatos no podrán formar parte de la mesa electoral, debiendo ser sustituidos por tantas personas de mayor edad no candidatas presentes como sean necesarias.
- 2. La Mesa Electoral velará por el correcto funcionamiento del proceso de votación, identificará a los votantes, realizará el escrutinio y trasladará los resultados electorales al Pleno.
- 3. La Mesa Electoral deberá constituirse el día señalado para la votación. La ausencia de la presidencia será suplida por la vicepresidencia, y en su defecto por otro miembro de la Junta Directiva elegido por sorteo. La ausencia de la secretaría será suplida por otro miembro de la Junta Directiva elegido por sorteo.
- 4. En ningún caso podrá constituirse una Mesa Electoral sin la presencia de una presidencia, una secretaría y dos vocalías.
- 5. Los acuerdos de la Mesa Electoral se adoptarán por mayoría de sus miembros.

Artículo 28. Procedimiento de votación

- 1. El Pleno del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión aprobará la modalidad de votación, presencial o electrónica, el formato de las papeletas para cada modalidad y el horario de votación.
- 2. La votación deberá realizarse de tal manera que se garantice el carácter secreto de cada voto.



3. La Mesa Electoral deberá contar con urnas o sistemas homólogos que permitan ser auditados.
4. En caso de votación presencial, la Mesa Electoral deberá disponer de un número suficiente de papeletas correspondientes a las candidaturas, que estarán a disposición de los electores al comienzo de la votación.
5. Será responsabilidad de la Junta Directiva el suministro de los medios necesarios para la votación. Quien ejerza la presidencia de la Mesa Electoral velará porque durante toda votación se mantengan disponibles los medios necesarios para efectuar la votación, con todas las garantías. De lo contrario, la presidencia de la Mesa electoral interrumpirá la votación hasta que se subsanen los defectos detectados.
6. Por causas de fuerza mayor, la Mesa Electoral podrá decidir no iniciar o suspender la votación. Dicha decisión deberá hacerse constar, de forma motivada, mediante escrito dirigido al Pleno del Consejo de Estudiantes, al que deberá trasladarse inmediatamente para su conocimiento y efectos oportunos.
7. La Mesa Electoral permitirá la emisión del voto únicamente a los electores que figuren en el censo electoral, y que acrediten su identidad mediante documento o sistema de identificación oficial.
8. Finalizada la votación, procederán a emitir su voto los miembros de la Mesa Electoral.

Artículo 29. Escrutinio de votos

1. Terminada la votación se procederá en acto público al escrutinio de los votos emitidos en cada urna.
2. Serán considerados votos válidamente emitidos aquellos que indiquen inequívocamente su elección a favor de uno de los candidatos, así como los votos en blanco. Tendrán la consideración de votos en blanco aquellos que no contengan indicación a favor de ninguno de los candidatos.
3. Serán considerados votos no válidamente emitidos los votos nulos. Tendrán la consideración de votos nulos aquellos en los que se haya incorporado alguna palabra, texto o imagen, o contengan tachaduras, así como aquellos otros supuestos que puedan ser considerados por la Mesa Electoral.
4. Tras el escrutinio de los votos, la Mesa Electoral cumplimentará la correspondiente acta de resultados, que deberá ser firmada por la totalidad de los miembros de dicha Mesa en el modelo oficial facilitado por la Junta Directiva.
5. Una vez firmada la correspondiente acta de resultados, esta será custodiada por la Secretaría del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión junto a las demás actas ordinarias.



Artículo 30. Proclamación

1. Se proclamará la Junta Directiva, o sus integrantes individualmente, cuando la persona candidata obtenga la mayoría de los votos. De producirse un empate para alguno de los puestos, se celebrará una segunda vuelta en la que concurrirán las dos candidaturas más votadas. En caso de volverse a producir un empate se procederá a un sorteo.
2. Los miembros integrantes de la Junta Directiva elegidos comenzarán a desarrollar sus funciones en el plazo de diez días hábiles después del día de la elección.

Artículo 31. Moción de censura

1. El Pleno del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión podrá cesar a cada órgano de dirección o la Junta Directiva en su conjunto mediante la aprobación, por mayoría absoluta, de una moción de censura.
2. La solicitud de moción de censura deberá ser dirigida a la Secretaría del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión con las firmas de, al menos, un 25% del Pleno, e incluyendo la correspondiente propuesta de candidatura.
3. La Secretaría del Consejo de Estudiantes notificará al Pleno, en el plazo de dos días hábiles, la propuesta de moción de censura, que en todo caso no podrá ser votada antes de cinco días hábiles desde su notificación. En los dos primeros días de dicho plazo podrán presentarse mociones de censura alternativas.
4. Si la moción de censura no fuere aprobada por el Pleno, sus signatarios no podrán presentar otra en un periodo de un año.
5. Si la moción de censura fuere aprobada por el Pleno, los integrantes de la dirección de la Junta Directiva a los que fuera dirigida serán cesados y la candidatura aprobada se entenderá investida de la confianza del Pleno.

Título IV. Funcionamiento del Consejo de Estudiantes

Artículo 32. Datos de las personas representantes

1. El nombre y apellidos, así como el correo electrónico institucional de contacto de todas las personas que sean representantes estudiantiles, serán públicos y accesibles, respetando siempre la normativa vigente sobre protección de datos.
2. El Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión mantendrá un fichero, bien por medios propios o mediante herramientas electrónicas dispuestas por la Universidad de Málaga, a los efectos de realizar las convocatorias y de acreditar la identidad de las personas representantes, respetando siempre la normativa vigente sobre protección de datos.
3. Cada vez que se produzcan cambios en las listas de representantes de estudiantes de Centro, estos deberán ser notificados al Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión



de la siguiente manera:

- a) La Secretaría General de la Universidad remitirá la lista de estudiantes claustales electos del Centro, indicando en ella los claustales que ostenten además la condición de consejeros de gobierno.
- b) La Secretaría del Centro remitirá la lista de estudiantes pertenecientes a la Junta de Centro, a la correspondiente Comisión Académica y de Calidad, y a sus subcomisiones, si las hubiera, y a las comisiones de máster, indicando además el curso y titulación que representan.

Artículo 33. Convocatorias y sesiones

1. El Pleno del Consejo de Estudiantes de la Facultad de Marketing y Gestión se reunirá por iniciativa de la Junta Directiva o a petición de un 25% de los miembros del Pleno. En este caso, el plazo máximo para celebrar la correspondiente sesión será de diez días hábiles a partir de la presentación de la iniciativa.

2. Las sesiones ordinarias del Pleno deberán ser convocadas con una antelación mínima de cinco días hábiles. Las sesiones extraordinarias del mismo serán convocadas con una antelación mínima de 48 horas.

3. Salvo que no resulte posible, las convocatorias serán remitidas a los miembros del órgano colegiado a través de medios electrónicos mediante firma electrónica de quienes ejerzan la presidencia o la secretaría.

4. Las convocatorias del Pleno del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión especificarán el orden del día, así como el lugar y la hora de celebración de la sesión, e irán acompañadas del acta de la sesión anterior y de la documentación necesaria para el desarrollo del trabajo.

5. El orden del día deberá incluir las peticiones que formulen los miembros del Pleno, previamente dirigidas a la secretaría.

6. No podrá ser objeto de deliberación o acuerdo ningún asunto que no figure en el orden del día, salvo que estén presentes todos los miembros del Pleno del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión y sea declarada la urgencia del asunto por el voto favorable de la mayoría.

7. Los puntos del orden del día que no hayan sido objeto de deliberación o acuerdo por falta de tiempo, deberán ser tratados en una reunión posterior, que se considerará continuación de aquella y que no podrá celebrarse en un plazo superior a siete días hábiles.

8. En las sesiones que celebren el Pleno a distancia, sus miembros podrán encontrarse en distintos lugares siempre y cuando se asegure por medios electrónicos, considerándose como tales los telefónicos, y audiovisuales, la identidad de los miembros o personas que los sustituyan, el contenido de sus manifestaciones, el momento en que estas se producen, así como la interactividad e intercomunicación entre ellos en tiempo real y la disponibilidad de los medios durante la sesión. Sin ser los únicos, entre los medios



electrónicos válidos se considerarán incluidos el correo electrónico, las audioconferencias y las videoconferencias. Todas las sesiones podrán ser grabadas.

9. Cuando se hubiese optado por la grabación de las sesiones celebradas o por la utilización de documentos en soporte electrónico, las grabaciones deberán conservarse de forma que se garantice la integridad y autenticidad de los ficheros electrónicos correspondientes y el acceso a los mismos por parte de los miembros del órgano colegiado.

Artículo 34. Actas

1. Se levantará acta de cada sesión del Pleno del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión, que deberá contener:

- a) Lista detallada de asistentes.
- b) Orden del día de la reunión.
- c) Lugar, fecha y hora de celebración.
- d) Descripción somera del debate.
- e) Contenido de los acuerdos adoptados.

2. Las sesiones del Pleno podrán ser grabadas mediante medios telemáticos o audiovisuales. El fichero electrónico resultante de la grabación, junto con la certificación expedida por quien ejerza la secretaría de la autenticidad e integridad del mismo, y cuantos documentos en soporte electrónico se utilizasen como documentos de la sesión, podrán acompañar al acta de las sesiones, sin necesidad de hacer constar en ella los puntos principales de las deliberaciones.

3. El acta será firmada por la secretaría, con el visto bueno de la presidencia.

4. Cualquier miembro tendrá derecho a solicitar la transcripción literal de su intervención o propuesta, siempre que se aporte en el acto, o en el plazo que señale la secretaría, haciéndose constar en el acta o uniéndose copia a la misma.

5. Los miembros que discrepen del acuerdo mayoritario podrán formular voto particular por escrito en el plazo de 48 horas, que se incorporará al texto aprobado.

Artículo 35. Plan estratégico

1. El Pleno analizará y debatirá anualmente los retos y necesidades que se planteen a la representación estudiantil de la Facultad de Marketing y Gestión de la Universidad de Málaga. Marketing

2. La Junta Directiva elaborará un documento estratégico, basado en las conclusiones obtenidas, con las líneas de actuación a seguir. Este documento deberá ser aprobado por el Pleno.



Título V. Reforma del presente Reglamento

Artículo 36. Iniciativa y aprobación

1. La iniciativa de reforma del presente Reglamento puede ser tomada por una de las siguientes instancias:
 - a) La Junta Directiva con las firmas de todos sus integrantes.
 - b) Un 25% o más de los miembros del Pleno del Consejo de Estudiantes, con sus respectivas firmas.
 - c) La Junta de Centro oído el Consejo de Estudiantes.
2. En los casos previstos por los apartados 1a) y 1b), la propuesta de reforma del presente Reglamento será aprobada por la mayoría absoluta del Pleno antes de ser enviada al equipo decanal con competencias en materia de estudiantado para su remisión a la Junta de Centro de la Facultad de Marketing y Gestión.

Artículo 37. Procedimiento

1. La propuesta de reforma de este Reglamento, que expresará el objeto y el alcance de la misma, deberá ser remitida a la Presidencia del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión.
2. La Secretaría del Consejo de Estudiantes de Marketing y Gestión procederá a enviar la propuesta de reforma del Reglamento a los miembros del Pleno para que, en un plazo no inferior a diez días hábiles, se presenten enmiendas.
3. Finalizado el plazo de presentación de enmiendas, la Secretaría del Consejo incluirá en el orden del día de la correspondiente sesión, la propuesta de reforma del Reglamento.
4. La propuesta de reforma del presente Reglamento será defendida por sus proponentes, estableciéndose un turno de intervenciones de aquellas personas que así lo soliciten.
5. Durante el debate de un artículo, el Pleno podrá admitir a trámite nuevas enmiendas que se presenten, siempre que tiendan a alcanzar un acuerdo por aproximación de las enmiendas formuladas. También se admitirán a trámite enmiendas que tengan por finalidad subsanar errores o incorrecciones técnicas, terminológicas o gramaticales.
6. Los artículos enmendados se irán votando individualmente en orden de prelación, o bien, por grupos de artículos enmendados cuando lo aconseje la complejidad del texto, la homogeneidad o interconexión de las pretensiones de las enmiendas o la mayor claridad en la confrontación de las posiciones.

Otras disposiciones

Disposición adicional primera. Los estudiantes podrán participar en el Consejo de



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



FACULTAD DE
MARKETING Y GESTIÓN

Estudiantes de Marketing y Gestión y en los consejos de Centro sin tener la condición de representantes electos, ejerciendo su derecho a voz, pero no a voto. Para ello podrán acudir a las reuniones y espacios de trabajo de dichos consejos.

Disposición final. El presente Reglamento entrará en vigor al día siguiente de su aprobación por la Junta de Centro de la Facultad de Marketing y Gestión.