

**ALEGACIONES A LA PROPUESTA DE INFORME DE EVALUACION DE LA SOLICITUD DE  
VERIFICACIÓN DE TÍTULO OFICIAL**

**GRADO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**UNIVERSIDAD DE LEÓN**

Expediente Nº: **1032/2009**

Fecha: **29/05/2009**

Atendiendo a la Propuesta de informe elaborada por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) se ha revisado la Memoria para la Verificación del Título de Grado en Comercio Internacional propuesto por la Universidad de León introduciendo las modificaciones que se detallan en los siguientes apartados.

<b>ASPECTOS QUE NECESARIAMENTE DEBEN MODIFICARSE</b>
--

**CRITERIO 2: JUSTIFICACIÓN**

Se debe justificar y fundamentar el carácter generalista del título, su autonomía, entidad, pertinencia y coherencia del carácter propio y diferencial frente a otros títulos similares de la misma universidad.

El título sometido a evaluación es conforme a lo establecido en las Leyes Orgánicas 6/2001 (BOE 24/12/2001) y 4/2007 (BOE 13/04/ 2007) y el Real Decreto 1393/2007 de ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales (BOE 30/10/ 2007). Además, la memoria de verificación se ha elaborado siguiendo los criterios establecidos en los protocolos de evaluación para la verificación de títulos universitarios publicados por la ANECA en sus distintas versiones: *Protocolo para la Verificación de Títulos Universitarios* (ANECA V.5.0- 20/12/07), *Protocolo de Evaluación para la Verificación de Títulos Universitarios Oficiales: Grado y Master* (ANECA, V.01-18/02/2008; ANECA, V.02-03-09-08) entre otros. Asimismo, se adecua a los *Referentes utilizados en la evaluación para la verificación de grados Mayo, 2009* (ANECA, V.02-19/05/2009), a pesar de que estos fueron difundidos con posterioridad a la fecha en que la memoria fue remitida a la ANECA para su verificación. En el capítulo 2 de la memoria se aportan evidencias que ponen de manifiesto el interés y la relevancia académica, científica y profesional del título (apartado 2.1) y se describen los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios (apartado 2.3).

Cumpliendo la recomendación de la ANECA para reforzar la justificación del carácter generalista del título propuesto, su autonomía, entidad, pertinencia y coherencia del carácter propio y diferencial se realizan las siguientes alegaciones:

1.- Argumentar la propuesta favorable al establecimiento de una Grado en Comercio Internacional orientado básicamente a la formación de los hombres de negocios internacionales hemos de basarnos, principalmente, en la historia, en la de los acontecimientos y en el ejemplo mostrado por los países más avanzados en el proceso de integración mundial de sus economías. Sólo por citar tres piedras angulares, en la historia de la civilización, ya en el siglo IX las culturas de la alta edad media publicaron tratados para formar a los hombres de negocios internacionales. En la baja edad media, casi en las puertas del Renacimiento, se trató el comercio internacional, diferenciado, en un tratado denominado *La prattica della Mercatura*. Las compañías gremiales inglesas se ocuparon de formar a los futuros mercaderes mediante la estancia de sus aprendices en el extranjero. El esplendor del Comercio Internacional inglés no se pone en duda ni siquiera en nuestras fechas. Las escuelas del Abaco, y las inglesas, centraron su atención en la dinámica internacional. Los ingleses, valga la paradoja, crearon la figura del Factor (persona especializada que representaba los intereses de un patrono en el extranjero) y muchos de ellos realizaron sus “prácticas” en España. Ese es el caso de la bibliografía extensa que sobre ellos existe. Los ejemplos más claros residieron en el sur de España

**MEMORIA PARA LA SOLICITUD DE  
VERIFICACIÓN DEL TÍTULO**

**Graduado o Graduada en  
COMERCIO INTERNACIONAL  
por la Universidad de León  
(Rama de Ciencias Sociales y Jurídicas)**

**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**

**Universidad de León**

## ÍNDICE

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO .....	3
2. JUSTIFICACIÓN .....	5
3. OBJETIVOS .....	30
4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES .....	36
5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS .....	48
5.1. Estructura de las enseñanzas .....	48
5.2. Planificación y gestión de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida .....	58
5.3. Descripción detallada de los módulos y materias de enseñanza de que consta el plan de estudios .....	83
6. PERSONAL ACADÉMICO .....	181
7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS.....	187
8. RESULTADOS PREVISTOS.....	192
9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO .....	195
10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN .....	253
ANEXO 1. ACUERDO DE COOPERACION ACADEMICA ENTRE LA UNIVERSIDAD DE LEON Y LA UNIVERSIDAD DE .....	260
ANEXO 2. LETTER OF INTENT (AVALES INTERNACIONALES).....	264
ANEXO 3. AVALES INTERNACIONALES .....	272

## **1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO. Características Generales del Título**

### **1.1. Denominación**

GRADUADO O GRADUADA EN COMERCIO INTERNACIONAL por la Universidad de León (Rama Ciencias Sociales y jurídicas).

### **1.2. Universidad Solicitante y Centro, Departamento o Instituto responsable del programa.**

Universidad de León. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

### **1.3. Tipo de enseñanza (presencial, semipresencial, a distancia).**

Presencial

### **1.4. Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas (estimación para los 4 primeros años).**

50 cada año.

Justificación:

- En la actualidad, el número de alumnos de nuevo ingreso que acceden a las titulaciones que imparte la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, es aproximadamente de 300.
- De los 300 alumnos de nuevo ingreso, durante los últimos ocho años más de 100 corresponden a la actual Titulación de Diplomado en Ciencias Empresariales, que es la Titulación que se propone transformar en el Grado en Comercio Internacional.
- Además, en relación a los alumnos de nuevo ingreso, y según consta en la Oficina de Calidad y Evaluación, de estos estudiantes, en torno al 90% (en el curso 2007/08, el 96%) ha elegido las titulaciones en primera opción, lo que es una garantía respecto a la previsible demanda de los títulos de Grado propuestos.
- Con el número de plazas de nuevo ingreso se presume la existencia de un grupo teórico. Las necesidades de aulas se concretarían en 1 aula con capacidad para 50 personas (se dispone de 10), además de otras 2 con capacidad para 30 personas y seminarios y aulas de informática.

### **1.5. Número de créditos y requisitos de matriculación.**

- Número de créditos del título: 240 créditos ECTS, distribuidos a lo largo de 4 cursos académicos, a razón de 60 créditos por curso.
- Número de créditos europeos de matrícula por estudiante y período lectivo: Para todas las titulaciones, el número total de créditos establecido para cada curso académico será de 60 ECTS (RD 1125/2003). Con el fin de que los estudiantes puedan cursar cursos a tiempo parcial, se establecerá un mínimo de créditos de los que se deba matricular por curso, siempre atendiendo a las normas de la Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León y de la Universidad de León.
- Requisitos de matriculación: Se establecerán de acuerdo con las normas que determine la ULE y que están desarrolladas en el siguiente enlace:

<http://www.unileon.es/index.php?nodoID=314>.

Se ajustarán también al Decreto de Precios Públicos 2008-2009 establecido por la Comunidad Autónoma de Castilla y León: Decreto 48/2008, de 26 de junio, por el que se fijan los precios públicos por estudios universitarios conducentes a la obtención de títulos de carácter oficial y servicios académicos complementarios en las Universidades públicas de Castilla y León para el curso 2008/2009, en el Capítulo II Precios públicos, Artículo 8.

- Las normas de permanencia de los estudiantes se ajustarán a las actualmente fijadas por la Universidad de León. Concretamente, el artículo 128 del Estatuto de la Universidad de León señala que el Consejo Social de la Universidad, a propuesta del Consejo de Gobierno y previo

informe del Consejo de Coordinación Universitaria, determinará el número máximo de convocatorias o pruebas a que puede someterse un estudiante para superar una asignatura y los plazos máximos de permanencia en las titulaciones impartidas por la Universidad, de acuerdo con las características de los respectivos estudios. No habiéndose desarrollado dicho artículo, la regulación vigente actualmente está amparada por el Real Decreto-Ley 8/1976, de 16 de junio, los Acuerdos de Junta/Consejo de Gobierno, y las Resoluciones del Rector que a continuación se indican:

- Los estudiantes de primer curso que no superen ninguna asignatura en las convocatorias oficiales de examen, no podrán continuar estudios en la misma titulación. Si dicha circunstancia volviera a suceder en el Centro al que se trasladen, no podrán continuar estudios universitarios.
- Para el curso 2007/2008 se autoriza a todos los estudiantes que, habiendo iniciado estudios universitarios en el curso 2006/2007, no hayan aprobado al menos una asignatura de primer curso en las convocatorias oficiales de examen, para que puedan matricularse, de nuevo, de primer curso en las titulaciones en las que existan plazas vacantes. No obstante en las titulaciones con límite de plazas, que al finalizar el proceso de admisión se compruebe la existencia de plazas vacantes, también será de aplicación dicha autorización.
- No podrán formalizar ningún tipo de matrícula aquellos estudiantes que hayan agotado seis convocatorias de examen en alguna asignatura, salvo que, por Acuerdo de Consejo de Gobierno de 1-4-2004, el Rector previa petición del estudiante autorice la convocatoria de gracia que sólo podrá conceder a partir del curso académico siguiente al que agote la 6ª convocatoria de examen.
- Acuerdo de Junta de Gobierno de 18-10-1990: "A partir del día de hoy y hasta tanto el Consejo Social no regule la permanencia de los estudiantes en los Centros de la Universidad de León, la no presentación de un alumno a la evaluación final de una materia supondrá la anulación automática de la convocatoria en dicha materia".
- Por Acuerdo de Consejo de Gobierno de 1-4-2004, se podrá autorizar una nueva matrícula por el Rector a los estudiantes que acrediten faltarles por superar un máximo de tres asignaturas en un curso, en aquellos supuestos de planes de estudio declarados "a extinguir", una vez finalizados los plazos ordinarios de extinción de planes de estudio previstos en la normativa vigente.

#### **1.6. Resto de información necesaria para la expedición del Suplemento Europeo al título de acuerdo con la normativa vigente.**

Se toma en consideración el RD 1044/2003 de 1 de agosto, que regula dicho Suplemento.

#### **1.7. Naturaleza de la institución que ha conferido el título.**

Universidad Pública.

#### **1.8. Naturaleza del centro universitario en el que el titulado ha finalizado sus estudios.**

Centro propio (Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales).

#### **1.9. Profesiones para las que capacita una vez obtenido el título.**

El Graduado en Comercio Internacional si bien no constituye una profesión regulada proporciona una formación académica y profesional de elevado nivel que habilita para el desempeño de actividades profesionales relacionadas con la actividad comercial exterior y la internacionalización de la empresa. Por ello, estos graduados pueden encontrar sus salidas profesionales en aquellos ámbitos sectoriales y de carácter público y/o privado tales como los siguientes:

- Sector Público Nacional y Regional: Organismos promotores de la internacionalización de la empresa y del comercio exterior.

- Sector Empresarial no lucrativo: Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, Asociaciones Empresariales y Patronales.
- Sector Financiero: Unidades de Negocio internacional.
- Sector Empresarial lucrativo (Empresas agroalimentarias, industriales y de servicios): Departamentos Comerciales, Departamentos de Exportación/Internacionalización de empresas privadas y/o públicas.
- Sector Servicios a la empresa: Empresas intermediarias en el comercio internacional, Agencias transitarias y comerciales, Empresas consignatarias, Agencias de aduanas, etc.
- Profesión libre: Consultoría en comercio exterior e internacionalización de la empresa.

### **1.10. Lengua (s) utilizadas a lo largo del proceso formativo.**

La lengua base será el castellano. Todas aquellas actividades formativas que requieran del apoyo de información científica (seminarios, trabajos dirigidos, búsquedas bibliográficas, etc) utilizarán el inglés como segunda lengua habitualmente.

## **2. JUSTIFICACIÓN.**

### **2.1. Justificación del título propuesto, argumentando el interés académico, científico o profesional del mismo.**

#### a) Justificación.

La necesidad de una educación en comercio internacional resulta de la intensificación de la integración económica global como ha sido reconocido internacionalmente al haber sido incluidas las competencias en comercio internacional en el 1995 National Standards for Business Education. ([www.nbea.org/curriculum/s\\_intbus.html](http://www.nbea.org/curriculum/s_intbus.html)).

Resulta evidente que la internacionalización de los negocios es una tendencia constatable que ha obligado a la adaptación de los programas de la educación empresarial, y ello aunque no todos los alumnos desarrollen en el futuro su trabajo en un país extranjero, dado que en todo momento han de mostrar sus conocimientos y destrezas en un mercado internacional. Por ello, el currículum debe modificarse para otorgar a los alumnos unas capacidades, conocimientos y destrezas empresariales internacionales que les hagan capaces de asumir los nuevos retos resultantes de la globalización.

El currículum en las escuelas y facultades de negocios debe explícitamente recoger este contexto, integrando una formación específica que reconozca un mercado, unos factores económicos y una cultura global. Dado el marco en el que operan las empresas resulta preciso ofrecer un currículum que permita a los alumnos desarrollar competencias en el campo de las diferencias económicas y culturales entre diferentes países y ser capaces de desenvolverse en un contexto de comercialización internacional.

**El GRADO EN COMERCIO INTERNACIONAL constituye una apuesta por la internacionalización de los estudios en negocios internacionales, en el contexto de una sociedad cada día más concienciada de la**

importancia no solo del multilingüismo, sino también de la multiculturalidad, y que atiende a una realidad constatable en la sociedad española, europea y mundial. Tiene un carácter generalista que abarca cuatro grandes ámbitos: Lenguas Aplicadas, Mercados Internacionales, Dirección internacional de la empresa y Legislación internacional.

Por otra parte, el Grado en Comercio Internacional resulta pertinente pues, además de la demanda existente, responde a la petición de la Comisión Académica de la Junta de Castilla y León de adaptar la actual oferta educativa de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de León a la nueva legislación educativa y a los requerimientos del espacio europeo de educación superior.

El título sometido a evaluación es conforme a lo establecido en las Leyes Orgánicas 6/2001 (BOE 24/12/2001) y 4/2007 (BOE 13/04/ 2007) y el Real Decreto 1393/2007 de ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales (BOE 30/10/ 2007). Además, la memoria de verificación se ha elaborado siguiendo los criterios establecidos en los protocolos de evaluación para la verificación de títulos universitarios publicados por la ANECA en sus distintas versiones: *Protocolo para la Verificación de Títulos Universitarios* (ANECA V.5.0- 20/12/07), *Protocolo de Evaluación para la Verificación de Títulos Universitarios Oficiales: Grado y Master* (ANECA, V.01-18/02/2008; ANECA, V.02-03-09-08) entre otros. Asimismo, se adecua a los *Referentes utilizados en la evaluación para la verificación de grados Mayo, 2009* (ANECA, V.02-19/05/2009), a pesar de que estos fueron difundidos con posterioridad a la fecha en que la memoria fue remitida a la ANECA para su verificación. En el capítulo 2 de la memoria se aportan evidencias que ponen de manifiesto el interés y la relevancia académica, científica y profesional del título (apartado 2.1) y se describen los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios (apartado 2.3).

La evolución de la economía mundial hacia un mayor grado de integración, en un proceso imparable desde hace décadas, hace surgir una nueva necesidad formativa y reclama para su cobertura una titulación que no puede ser satisfecha con una especialización dentro de un título empresarial de carácter generalista, sino que precisa la elaboración de un nuevo título en el que se integren áreas que hasta ahora se desarrollaban bastante separadas y tengan una dimensión suficiente y equilibrada. Surge así, en España, la necesidad de atender una demanda formativa latente en el mundo económico y empresarial, público y privado, que puede atenderse gracias a las posibilidades que ofrece el espacio europeo de educación superior.

Las características de generalista, autónomo, pertinente, con carácter propio y diferencial que consideramos tiene el Grado en Comercio Internacional propuesto, se fundamentan en las siguientes razones:

1.- Para argumentar la propuesta favorable al establecimiento de una Grado en Comercio Internacional orientado básicamente a la formación de los hombres de negocios internacionales hemos de basarnos, principalmente, en la historia, en la de los acontecimientos y en el ejemplo mostrado por los países más avanzados en el proceso de integración mundial de sus economías. Sólo por citar tres piedras angulares, en la historia de la civilización, ya en el siglo IX las culturas de la alta edad media publicaron tratados para formar a los hombres de negocios internacionales. En la baja edad media, casi en las puertas del Renacimiento, se trató el comercio internacional, diferenciado, en un tratado denominado *La prattica della Mercatura*. Las compañías gremiales inglesas se ocuparon de formar a los futuros mercaderes mediante la estancia de sus aprendices en el extranjero. El esplendor del Comercio Internacional inglés no se pone en duda ni siquiera en nuestras fechas. Las escuelas del Abaco, y las

inglesas, centraron su atención en la dinámica internacional. Los ingleses, valga la paradoja, crearon la figura del Factor (persona especializada que representaba los intereses de un patrono en el extranjero) y muchos de ellos realizaron sus “prácticas” en España. Ese es el caso de la bibliografía extensa que sobre ellos existe. Los ejemplos más claros residieron en el sur de España (Sanlúcar de Barrameda) y realizan tareas y labores absolutamente propias de una persona relacionada con los negocios internacionales y ajenas a sus pares que residían en la metrópoli y que, igualmente, pasaban por una etapa de formación. Lejos quedaban, todavía, las Facultades de Económicas y las Escuelas de Negocios. Por lo que se refiere a la historia del comercio internacional en España, la ausencia de una formación en este sentido siempre ha sido acusada como una de las deficiencias en la formación del hombre de negocios español. Y a sensu contrario, los centros universitarios que forman especialistas dentro del comercio internacional son habituales en las vecinas Francia y Portugal y en la inmensa mayoría de países europeos y aún del mundo, como en otra parte de esta memoria se especifica de forma detallada.

2.- Precisamente la formación de hombres y mujeres en comercio internacional –que no es otra cosa sino la intención de este grado-, se apoya en realidades palmarias que son grandes ausentes en la cultura de los negocios de España. Así, las lenguas que están incorporadas no se trata de una docencia en inglés general, sino de unos idiomas para fines específicos en donde los alumnos perfeccionarán sus conocimientos en lenguaje técnico y subtécnico. De igual modo, las cuatro destrezas de hablar, leer, escribir y entender textos especializados del comercio son ámbitos que los propios nativos de una lengua, salvo el caso de que sean especialistas en la materia, desconocen. Consecuentemente, el manejo de la negociación, a nivel general, de las presentaciones, la redacción de textos comerciales, es algo general y habitual en el mundo del comercio internacional, pero ajeno a otros ámbitos.

3.- Algo semejante debe decirse a los contenidos que se centran en los estudios de las asignaturas jurídicas. Nadie podrá negar que a medida que la economía y la empresa se han adentrado en el ámbito Internacional surge un nuevo conocimiento en torno a la problemática jurídica que dicha actividad supone para los agentes económicos, tanto en la esfera nacional como internacional, que precisa un nuevo marco de conocimientos que no se cubren con la formación básicamente nacional que se ofrece en las titulaciones habituales en el ámbito académico de la economía y la empresa. Sencillamente aquí se incorpora para ofrecer al futuro graduado unos conocimientos pertinentes en el Comercio Internacional, si bien absolutamente generales dentro del mismo. Es más: otros ámbitos como Fiscalidad, Mercados Internacionales, Exportaciones, Importaciones, parten de troncos generales más amplios pero tienen en este grado un tratamiento que en otros no es siquiera necesario.

4.- Habrá que convenir, pues, que de igual modo que otros grados poseen materias comunes a éste, se encuentran diferenciados por el marco que los rige. Es el caso ya mencionado de las lenguas; del derecho; de las matemáticas o estadística, también estudiadas por ingenieros y hasta médicos y no por ello habrá que declararlas más generales en este grado que el Derecho Internacional.

5.- El Grado en Comercio Internacional pretende formar hombres y mujeres generalistas en negocios internacionales. Podría admitirse, y de hecho es propósito de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de León, presentar Másteres que especializarán a estos egresados en campos muy concretos del Comercio Internacional. Así, sin ánimo de entrar en demasiados detalles, puede concebirse Másteres en *Traducción especializada en importación-exportación; Traducción e Interpretación en negocios. La negociación en el Comercio Internacional; Gestión de Recursos Humanos con personas multiculturales*. Baste con decir que los Masters anteriormente citados ya se vienen impartiendo en varias universidades y a ellos debe reconocérsele un alto grado de especificidad y especialización. Nuestra propia Facultad, sin ir más lejos, oferta un *European Master in Business Studies*, cuyos alumnos provienen de varios países y en sus dos años de formación, reciben enseñanzas en cuatro universidades pertenecientes a otros tantos países. Resulta obvio que se trata de un Master en el que se exige una alta especialización, y diverge del espíritu generalista que la historia del Comercio nos

enseña sobre un Grado en Comercio Internacional. Ciertamente ajeno a la Universidad española, pero absolutamente habitual en otros ámbitos.

6.- En la actualidad, la demanda de estudios de Dirección de Empresas esta segmentada. El espectacular incremento que ha experimentado en los últimos años la demanda de formación en este ámbito ha estimulado y, a su vez, ha permitido diversificar la oferta para adaptarla a las competencias requeridas en las distintas áreas de la empresa. De la misma forma que, en la década de los 70, los estudios de Economía se desgajaron de los estudios de Ciencias Políticas y Sociales y, posteriormente, en la década de los 90, los de estudios de la Rama de Empresa se separaron de estos últimos (Libro Blanco del Título de Grado en Economía y Empresa, ANECA, 2005: 68-75); actualmente, la relevancia, entidad y coherencia del carácter propio de algunas ramas de estudio vinculadas a la Economía de la Empresa (pe. Marketing, Finanzas, Comercio internacional) justifica diferenciar la oferta formativa.

Siguiendo con esta línea de razonamiento, el Grado en Comercio Internacional se centra en la internacionalización de la empresa. Esa es una realidad inopinable. Un hecho indiscutible. La formación del profesional que vaya a trabajar en esos ámbitos difiere de otros Grados como puede ser el de Economía o Administración de Empresas. No por su especificidad ni particularidad, sino porque sencillamente son diferentes. Existen, incluso universidades en el mundo, que apuntando a la vertiente internacional de estos estudios ni siquiera los tienen adscritos al mismo centro que los dos anteriormente citados.

Estas razones ponen en evidencia que el título propuesto es de carácter generalista y cuenta con la coherencia y entidad suficiente como para diferenciarse con claridad de otras titulaciones en el ámbito de la economía y la empresa que oferta la Universidad de León.

Consideramos que el título propuesto *“es relevante conforme a las experiencias formativas o investigadoras, adecuada al ámbito académico al que hace referencia y/o acorde con estudios similares existentes”* y por ello cumple el criterio establecido por la ANECA en los protocolos de evaluación para la verificación de títulos de grado en todos sus términos (Protocolo de Evaluación para la Verificación de Títulos Universitarios Oficiales: Grado y Máster, ANECA, V.02, 03-09-08, p. 12).

### **Demanda potencial del título**

Los valores de los últimos seis años (datos de la Oficina de Evaluación y Calidad de la ULE) indican que el 90 % los alumnos de nuevo ingreso que acceden a las Titulaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, las eligen en primera opción. Por ello, es previsible una demanda potencial elevada del título de Graduado en Comercio Internacional.

### **Empleabilidad**

Respecto al nivel de empleabilidad que se puede asociar al título que proponemos, si bien cada día son más habituales los estudios realizados por universidades y organismos de prospección del mercado laboral sobre la demanda laboral de los titulados universitarios, la inexistencia hasta ahora en España de

un Título similar al propuesto dificulta encontrar cifras adaptadas. No obstante, según los estudios de Adecco (empresa de trabajo temporal) el profesional más demandado en 2007 fue el técnico en comercio (valorándose positivamente la formación en comercio internacional) y uno de los profesionales más buscados en 2008 es el responsable comercial con estudios en Comercio internacional y/o logística. Podríamos añadir que en un contexto económico globalizado y con un nivel de competencia elevado, resulta más necesario que nunca romper el techo de los mercados locales y para ello la formación en economía y comercio internacional y el conocimiento de lenguas extranjeras resultará muy extraño que no sea muy demandado.

En general, esta situación de continuación en el proceso de integración de los mercados mundiales justifican las salidas profesionales de la titulación propuesta, que se resumen a continuación:

- Sector Público Nacional y Regional: Organismos promotores de la internacionalización de la empresa y del comercio exterior.
- Sector Empresarial no lucrativo: Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, Asociaciones Empresariales y Patronales.
- Sector Financiero: Unidades de Negocio internacional.
- Sector Empresarial lucrativo (Empresas agroalimentarias, industriales y de servicios): Departamentos Comerciales, Departamentos de Exportación/Internacionalización de empresas privadas y/o públicas.
- Sector Servicios a la empresa: Empresas intermediarias en el comercio internacional, Agencias transitarias y comerciales, Empresas consignatarias, Agencias de aduanas, etc.
- Sector Financiero: Unidades de Negocio internacional.
- Profesión libre: Consultoría en comercio exterior e internacionalización de la empresa.

### **Interés para la sociedad y relación con las características socioeconómicas de la zona de influencia:**

La fase actual de la economía se caracteriza por la globalización de las relaciones económicas; es decir por la integración comercial y financiera internacional de las economías nacionales. En ese marco, las economías más desarrolladas son las economías más integradas internacionalmente, ya que la importancia que las relaciones económicas y financieras de un país con otros representan sobre el total de su actividad productiva se ha convertido en un indicador de economía avanzada. Hoy en día no hay una sola nación en el mundo que pueda considerarse autosuficiente y que no necesite del concurso de los demás países para complementar sus propios recursos o cubrir sus carencias. Incluso las naciones más ricas demandan productos de otros países, de igual, mayor o menor desarrollo, o bien porque carecen de ellos o porque los producen relativamente menos eficientemente. El comercio internacional sirve así para pueden cubrir carencias y necesidades, y para ser más eficiente en el empleo sistema productivo. Pero además, el comercio internacional "contribuye a incrementar la riqueza global de los países y de sus pueblos", pues intercambiando los productos en los que cada país tiene ventaja relativa, la suma final de bienes que obtienen los países es mayor que la que conseguirán produciéndolos cada uno por separado.

La importancia del comercio internacional varía en función de cada economía nacional. Ciertos países sólo exportan bienes con el fin de aumentar su mercado nacional o para ayudar en el aspecto económico a algunos sectores deprimidos de su economía. Otros dependen del comercio internacional para lograr divisas y bienes para satisfacer la demanda interior. Pero para todos los países el comercio internacional

es un medio imprescindible para fomentar el crecimiento y la competitividad del aparato productivo de una economía. En definitiva, el comercio internacional resulta ventajoso para la economía nacional, para la empresa y para el consumidor. Por ello, todos países, pequeños y grandes, desarrollados y en vías de desarrollo, cuentan con agencias gubernamentales cuyo fin principal es promocionar la actividad internacional de las empresas.

En este marco la economía española sigue profundizando su proceso de internacionalización en el convencimiento de que el sector exterior de nuestra economía es un potente catalizador de la convergencia real, de la modernización, de la mejora de la competitividad empresarial y del crecimiento económico. Según datos del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación en España, correspondientes al ejercicio 2004, el sector exterior nacional estaba integrado por más de 76.000 empresas realizando operaciones de exportación y más de 100.000 de importación. La importancia económica de estas operaciones puede percibirse perfectamente revisando las cifras correspondientes al ejercicio de 2007: 181.478 millones de euros en exportación de bienes y servicios y 280.000 millones de euros en importaciones. Pero estas empresas, además de comprar y vender bienes y servicios realizan operaciones financieras complementarias puesto que los procesos de integración financiera y comercial parecen más conectados que nunca. Baste pensar en la forma en que la inversión directa extranjera ha dado origen a nuevas formas de comercio intrasectorial e intraempresa. La importancia que adquieren estas operaciones financieras se ven claramente en las cifras; así, en 2007 y solo en inversiones directas las empresas españolas invirtieron en el exterior 80.000 millones de euros y recibieron 46.126.

Actualmente la actividad productiva de nuestras empresas no se puede entender sin la presencia internacional, tanto porque nuestra apertura comercial, medida como la suma de importaciones y exportaciones en porcentaje del PIB, supera el 65%, como porque la apertura financiera, es decir, la integración financiera de la economía española medida en términos de cantidades, esto es, activos y pasivos frente al exterior como porcentaje del PIB, se acrecienta día a día superando ampliamente este valor.

Pues bien, si la economía española precisa esa actividad internacional para incrementar su competitividad, incluso para progresar en su senda de crecimiento, lo mismo puede decirse para el sector productivo de Castilla y León, a los evidentes beneficios que la internacionalización trae al tejido empresarial se une la voluntad de la administración regional de apostar por la internacionalización de nuestra economía elaborando Planes de Internacionalización Empresarial (2004-2007 y 2008-2011) para alcanzar objetivos tales como: superar las 3.000 empresas que ya operan en el exterior, duplicar el volumen de exportaciones de las empresas regionales, ampliar los mercados de destino y diversificar las ventas, promover la participación de nuevas empresas en el proceso de internacionalización de la economía regional, fomentar la cooperación internacional a través de alianzas empresariales y la participación de las empresas de la región en redes y consorcios internacionales e impulsar la captación de proyectos de inversión exterior.

En este marco económico nacional y regional en el que el sector productivo y las autoridades económicas respectivas apuestan por la internacionalización de nuestros sistemas económicos resulta evidente que contar con profesionales formados en los diversos aspectos de la gestión del comercio exterior y de la actividad internacional de la empresa constituye un factor fundamental para mantener y mejorar el nivel competitivo de nuestras empresas, ayudándolas a superar la comodidad del mercado local, regional o nacional e iniciar el reto de los mercados internacionales. Para atender estas necesidades el Grado en Comercio Internacional, es un mecanismo útil para la vinculación de los jóvenes titulados a sus zonas de origen evitando la emigración de un activo valioso como es el capital humano preparado.

El Comercio, contrario a lo que pudiera pensarse, adquirió muy pronto tintes de sofisticación. No sólo con la publicación de tratados de cómo comerciar, de los que se conservan pruebas del primer milenio. A los propios mercaderes se les adeuda la existencia de centros importantes del saber como la existencia, hoy legendaria, de la Biblioteca de Alejandría. Y otro tanto podría decirse cuando se produce el fortalecimiento del Imperio Otomano. El segundo milenio de nuestra era nos muestra en épocas medievales ciertamente tempranas la presencia de mercaderes en Venecia; la constitución de los primeros sistemas bancarios, verdaderas casas de préstamo, trueque, fianzas, letras de cambio, cheques y pagarés en la Italia del siglo XIII. En esos movimientos comerciales enraíza, por legendario que pueda parecer, el Comercio Internacional contemporáneo. El advenimiento del Renacimiento vino por las manos de los mercaderes que trasladaban de un lugar a otro no sólo productos sino también cultura, arquitectura y costumbres. Muy pronto comenzó a organizarse el Comercio europeo que estableció su centro neurálgico en Amsterdam. Italia, por el Comercio Internacional se vio forzada a establecer un sistema más racional de llevar libros de cuentas; Inglaterra legisló en la constitución de gremios de comerciantes dependiendo de especialidades. La denominada Compañía Española era la depositaria de los intereses de los ingleses en puertos españoles.

En aquel funcionamiento en el que se entrelazan redes comerciales, acuerdos internacionales, reclamos de ventas, dominios de lenguas, impuestos, bancos, seguros y gremios, nace el Comercio Internacional actual. El declive temprano del Imperio español es achacable a la falta evolutiva de nuestro comercio que se confió más en la cosecha de grano para consumo propio que en la propia dinámica entre países. El Rey Felipe II viendo los inicios de ese declive se apresuró a crear en la ciudad de Sevilla la denominada Universidad de Mareantes (para los hombres del mar), ante el desbarajuste que suponía la incertidumbre de los bienes que llegaban de las Indias. La falta de eficacia forzó a que en cierto momento demasiado temprano los comerciantes españoles sólo quedaran al servicio de los ingleses en el comercio de esclavos. La suerte estaba cantada. En donde la prosperidad mercantil inglesa nace, nace también el principio del ocaso de nuestro comercio. Donde los ingleses tenían agentes de compañías gremiales, factores a sueldo por una provisión de los productos que vendían, y de lo que tenían que informar a sus patronos y poderdantes, España se enrocó sobre sí misma llegando a extremos que es baldío enunciar pero fructífero tener en cuenta.

El fin y el objetivo último de este Grado en Comercio Internacional reside en el acceso de nuestro país a mercados internacionales; la necesidad energética existente; y la constitución de empresas potentes a nivel mundial que demandan expertos conocedores de las normas y leyes internacionales; del dominio de las lenguas; del arte, de la ciencia y de la técnica de vender y comprar, con independencia del producto; de la competencia en los mercados financieros, petroleros, automovilísticos y de la más diversa naturaleza que va desde la franquicia hasta la fusión bancaria requiere de hombres y mujeres preparados en Comercio Internacional. De lo contrario, seguiremos viviendo la misma leyenda que nos ha azotado durante siglos.

La constitución de órganos supranacionales encuentra su razón de ser en operaciones comerciales. Ahí están los orígenes de la actual Unión Europea para demostrarlo. Nuestra balanza de pagos, importaciones y exportaciones hablan de la necesidad histórica y concreta de contar con especialistas en comercio internacional. La demanda de la sociedad va por los mismos derroteros, que pide, y exige, una íntegra formación en hombres de negocios a nivel europeo e internacional. El despertar del gigante chino es otro elemento que condimenta el estado actual. La Universidad de León es pionera en el establecimiento de un doble título con una universidad china y ya cuenta con los primeros Diplomados.

La difusión de este Grado en los Centros de Enseñanza Secundaria, los Colegios Profesionales y las Universidades socias en todos los continentes hablan de una realidad mundial. En nuestros

convenios, los alumnos y profesores de intercambio demandan formación en los grandes ámbitos que informan el Grado en Comercio Internacional que aquí se presenta: Legislación Internacional; Instituciones Supranacionales; Comercialización, Mercados y las lenguas vehiculares.

La demanda social en este sentido habla por sí sola. El deber de la Universidad es satisfacerla. Sólo así convertiremos en historia anecdótica y pasada, los tiempos de aislamiento, de retraso y de enrocamiento de la Historia de España lejana y reciente.

## **2.2. Referentes externos a la Universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales o internacionales para títulos de similares características académicas.**

Tal y como destaca New Jersey's Science & Technology University "International Business is an arena of exciting opportunities for those interested in learning about business practices and intrigued by the growing importance of doing business on stage sets that involve more than the limitations of a single country. Given the global events over the last five years, the demand for international business education is higher than ever and expected to increase. As a specialist who understands the diversity of international business – and armed with a strong business background – a graduate of the BS in International Business program will be a valuable participant in global business ventures".

Este punto ha sido señalado igualmente por otros expertos en AVERA 2001, quienes indicaron cómo "curricula en Business Schools debe dirigirse de manera explícita hacia la competencia global, cultural, y los factores económicos que configuran el medio ambiente en el que operan las empresas. Es necesario un curriculum dirigido hacia el Comercio Internacional que permita a los estudiantes desarrollar un fuerte conocimiento de las diferencias culturales y económicas entre naciones y una profunda apreciación de cómo los profesionales han de operar bajo unas bases internacionales".

Ha sido ratificada en muchas ocasiones la importancia del comercio internacional, de hecho en 1995 ya se incluyeron las competencias de comercio internacional en el 1995 National Standards for Business Education (Nacional Business Education Association, 1995).

Los educadores en las escuelas de negocios han de reorientar su curriculum hacia la oferta y la preparación de estudiantes que se enfrentarán a los retos de hoy que resultan de la globalización. Así, tal y como destacan diversos expertos "En el Business School del futuro, los estudiantes necesitan y demandan un estilo diferente y un conocimiento que sea sensible al mercado". En esta misma línea se subraya el conocimiento internacional como una necesidad de todos los estudiantes, no únicamente como una asignatura o un "major".

Los educadores en el mundo de los negocios necesitan asegurar que enseñan las destrezas necesarias para afrontar las demandas del mercado. Una revisión de la literatura revela que las escuelas de negocios son responsables de educar a los futuros empresarios con competencias de comercio internacional, resultando precisos contenidos orientados internacionalmente.

Así, frente a otros grados en el mundo económico y empresarial, diversos expertos sugieren que el grado en comercio internacional ofrece la posibilidad de desarrollar las siguientes destrezas y habilidades:

- Sensibilidad cultural
- Destrezas de comunicación y lenguaje

- Paciencia y flexibilidad
- Creatividad
- La habilidad de trabajar bajo presión

## Justificación del programa

Para la elaboración de la presente memoria se ha tenido en cuenta las directrices del Libro Blanco así como la estructura y contenidos de varias universidades españolas y extranjeras. Por otra parte se ha contado con la opinión y sugerencias de empresarios, asociaciones de empresarios nacionales e internacionales, instituciones, y colegios profesionales. Se han establecido igualmente entrevistas con las máximas personalidades de Universidades extranjeras con una consolidada trayectoria en la impartición de un grado de similares características para conseguir configurar un plan de estudios ajustado y satisfactorio para la formación de los estudiantes en esta área. En esta misma línea, se han analizado los planes de estudio existentes en otras Universidades, para que, sin buscar una coincidencia, sí poder adaptar el plan de estudios que en esta memoria se presenta, a los contenidos y especificaciones contratadas satisfactoriamente en otras Universidades nacionales e internacionales.

- c. Libro blanco sobre los estudios de Grado en Economía y Empresa, publicado por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA)
- d. Planes de Universidades de España y de Universidades extranjeras:

### b.1. Universidades Nacionales

Las universidades españolas vigentes a la entrada en vigor de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de Abril (por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades) en las que dicho título se imparte son: Almería, Antonio de Lebrija, Autónoma de Barcelona, Central de Barcelona, Extremadura, Granada, León, Miguel Hernández, Murcia, Oberta de Catalunya, País Vasco, Pompeu Fabra, Pontificia de Comillas-ICADE, Rey Juan Carlos-Esic, San Pablo CEU, Sevilla, Valencia y Valladolid.

En España se ofertan actualmente diversas carreras universitarias que constituyen en mayor o menor medida referentes externos de la presente propuesta de Grado en Comercio Internacional.

Universidades Nacionales		
Universidad	Denominación del Título	Website
Universitat Internacional de Catalunya Escuela Superior Internacional de Dirección de Empresas	Carrera Internacional en Ciencias Empresariales (Bachelor en Ciencias Empresariales)	<a href="http://www.uic.es/">http://www.uic.es/</a>
Universidad Pontificia Comillas Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales ICADE-Madrid	Graduado Superior en Ciencias Empresariales Internacionales (E4)	<a href="http://www.upcomillas.es/estudios/estudiar_E4.aspx">http://www.upcomillas.es/estudios/estudiar_E4.aspx</a>
Universitat de València	Graduado Europeo en Economía	<a href="http://www.uv.es/">http://www.uv.es/</a>

Facultad de Economía		
Universitat de Vic Escuela Superior de Empresa, Turismo, Marketing y Gestión ESERP	Graduado Superior en Empresa y Economía Internacional	<a href="http://www.eserp.com/">http://www.eserp.com/</a>
Universidad San Pablo C.E.U. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	Título Propio Superior en Relaciones Internacionales	<a href="http://www.economicas.uspceu.es/">http://www.economicas.uspceu.es/</a>
Universitat Pompeu Fabra Escuela Superior de Comercio Internacional	Grado en International Business Economics	<a href="http://www.esci.es/segon-cicle-del-graduat-superior-en-comerc-internacional-gsci">http://www.esci.es/segon-cicle-del-graduat-superior-en-comerc-internacional-gsci</a>
Universitat Pompeu Fabra Escuela Superior de Comercio Internacional	Graduado en Negocios y Marketing Internacional	<a href="http://www.esci.es/grau-en-negocis-i-marqueting-internacionals-gnmi">http://www.esci.es/grau-en-negocis-i-marqueting-internacionals-gnmi</a>
Universitat Pompeu Fabra Escuela Superior de Comercio Internacional	Graduado Superior en Comercio Internacional*	<a href="http://www.esci.es/graduat-superior-en-comerc-internacional-gsci-2">http://www.esci.es/graduat-superior-en-comerc-internacional-gsci-2</a>

\* De todos los anteriores, el título de Grado en Comercio Internacional actualmente ofertado por la Universidad Pompeu Fabra es el que mayor equivalencia en enfoque y contenidos presenta en relación al gado propuesto por la Universidad de León (<http://www.esci.es/pla-d-estudis-4>).

## b.2. Universidades Extranjeras

El título de Grado en Comercio Internacional, o su equivalente en forma de *"Bachelor Degree in International Business"* (4 años) o similares denominaciones, tiene múltiples referentes externos en diversos países de todo el mundo. Tan solo a modo de ejemplo, podríamos citar los siguientes:

En **ESTADOS UNIDOS**, entre los 20 mejores "Undergraduate Business Programs" (Undergraduate Ranking publicado en Business Week), en las siguientes Universidades se ofrece el "Bachelor of International Business" o similar (fuente: <http://www.businessweek.com/bschools> )

Universidades Extranjeras		
Estados Unidos		
Universidad	Denominación del Título	Website
University of Pennsylvania (Wharton) Ranking: 1	BS Joint Degree: International Studies & Business	<a href="http://undergrad.wharton.upenn.edu">http://undergrad.wharton.upenn.edu</a>

Cornell University Ranking: 10	BS International Development and Trade	<a href="http://aem.cornell.edu/undergrad/index.htm">http://aem.cornell.edu/undergrad/index.htm</a>
Georgetown University (McDonough) Ranking: 11	BS International Business	<a href="http://msb.georgetown.edu">http://msb.georgetown.edu</a>
UNC at Chapel Hill (Kenan-Flagler) Ranking: 15	BS International Business	<a href="http://www.kenan-flagler.unc.edu/programs/bsba/ind">http://www.kenan-flagler.unc.edu/programs/bsba/ind</a>
USC (Marshall) Ranking: 19	BS Joint Program- International Relations	<a href="http://marshall.usc.edu">http://marshall.usc.edu</a>

De acuerdo con el ranking de US News para 2008, estos Business Schools aparecen en los ranking 3, 17, 19, 20 y 21 respectivamente, lo que demuestra la importancia de incluir el Comercio Internacional como un grado, desarrollando un programa en el que todas las áreas (contabilidad, marketing y finanzas) se contemplen bajo tal perspectiva internacional.

Es más, tal y como se pone de manifiesto en todos los ranking, directivos especializados son necesarios en muchos trabajos para afrontar nuevos mercados, “proporcionando el grado en comercio internacional con el entrenamiento necesario para tener éxito en los mercados locales e internacionales” (<http://www.allbusinessschools.com>), en una situación en la que, dada la economía global, el hacer negocios en el extranjero constituye una norma.

Otros “Bachelors” en “International Business” y “Foreign Trade”:

Universidades Extranjeras Estados Unidos		
Universidad	Denominación del Título	Website
National American University	BS Business Administration - International Business	<a href="http://www.national.edu/Programs/Undergraduate/bs_ba_intlbus/Pages/default.aspx">http://www.national.edu/Programs/Undergraduate/bs_ba_intlbus/Pages/default.aspx</a>
Northeastern University	International Business	<a href="http://www.northeastern.edu/gradstudies/programs_at_a_glance/?id=180">http://www.northeastern.edu/gradstudies/programs_at_a_glance/?id=180</a>
Keiser University	Business Administration – International Business	<a href="http://www.keiseruniversity.edu/business-admin-BA.php">http://www.keiseruniversity.edu/business-admin-BA.php</a>
Potomac College	International Business	<a href="http://www.potomac.edu/degree-programs/bachelor-degree/international-business">http://www.potomac.edu/degree-programs/bachelor-degree/international-business</a>

Western International University	Master degree International Business	<a href="http://www.west.edu/your_education/Degree_Programs/WIU-Master-of-Business-Administration-in-International-Business.htm">http://www.west.edu/your_education/Degree_Programs/WIU-Master-of-Business-Administration-in-International-Business.htm</a>
Berkeley College	Business Administration – International Business	<a href="http://www.berkeleycollege.edu/bachelors/International_Business/INDEX.HTM">http://www.berkeleycollege.edu/bachelors/International_Business/INDEX.HTM</a>
Universidad Estatal de Pensilvania (Penn State)	International Business Minor	<a href="http://bulletins.psu.edu/bulletins/bluebook/college_campus_details.cfm?id=22&amp;program=i_bmin.htm">http://bulletins.psu.edu/bulletins/bluebook/college_campus_details.cfm?id=22&amp;program=i_bmin.htm</a>

En el REINO UNIDO, algunas de las Universidades que ofertan el título de “Bachelor in International Business” son las siguientes (fuente: <http://studieren.co.uk/universities-united-kingdom>)

Universidades Extranjeras		
Reino Unido		
Universidad	Denominación del Título	Website
American Intercontinental University	Business Administration – International Business (Londres)	<a href="http://www.aiulondon.ac.uk/degree-programs/international-business-degree/">http://www.aiulondon.ac.uk/degree-programs/international-business-degree/</a>
Anglia Ruskin University in Chelmsford	International Business	<a href="http://www.anglia.ac.uk/ruskin/en/home/prospectus/ugft2009/international_business.html">http://www.anglia.ac.uk/ruskin/en/home/prospectus/ugft2009/international_business.html</a>
Aston University	International Business & Economics	<a href="http://www1.aston.ac.uk/study/undergraduate/courses/school/aston-business-school/international-business-economics/">http://www1.aston.ac.uk/study/undergraduate/courses/school/aston-business-school/international-business-economics/</a>
Birmingham City University	International Business	<a href="http://www.bcu.ac.uk/courses/business/int-business.html">http://www.bcu.ac.uk/courses/business/int-business.html</a>
Bournemouth University	International Business	<a href="http://onlineservices.bournemouth.ac.uk/courses/Course.aspx?course=420&amp;school=BS&amp;level=ug&amp;code=BAIBS&amp;mode=ft">http://onlineservices.bournemouth.ac.uk/courses/Course.aspx?course=420&amp;school=BS&amp;level=ug&amp;code=BAIBS&amp;mode=ft</a>
Brunel University	International Business	<a href="http://www.brunel.ac.uk/courses/ug/cdata/b/InternationalBusinessBSc">http://www.brunel.ac.uk/courses/ug/cdata/b/InternationalBusinessBSc</a>
De Montford University	International Business & Globalisation International Marketing & Business	<a href="http://www.dmu.ac.uk/Subjects/Db/coursePage2.php?courseID=4060">http://www.dmu.ac.uk/Subjects/Db/coursePage2.php?courseID=4060</a> <a href="http://www.dmu.ac.uk/Subjects/Db/coursePage2.php?courseID=4061">http://www.dmu.ac.uk/Subjects/Db/coursePage2.php?courseID=4061</a>
East London University	International Business	<a href="http://www.uel.ac.uk/programmes/business/undergraduate/summary/business-international.htm">http://www.uel.ac.uk/programmes/business/undergraduate/summary/business-international.htm</a>
European Business School London	MA International Business	<a href="http://www.ebslondon.ac.uk/courses/postgraduate/ma_in_international_business.aspx">http://www.ebslondon.ac.uk/courses/postgraduate/ma_in_international_business.aspx</a>

European School of Economics	International Business	<a href="http://www.eselondon.ac.uk/undergraduate-degrees/international-business/overview.html">http://www.eselondon.ac.uk/undergraduate-degrees/international-business/overview.html</a>
Glasgow Caledonian University	International Business	<a href="http://www.gcal.ac.uk/study/undergraduate/courses/p00059.html">http://www.gcal.ac.uk/study/undergraduate/courses/p00059.html</a>
Kingston University	International Business	<a href="http://www.kingston.ac.uk/internationalbusiness/">http://www.kingston.ac.uk/internationalbusiness/</a>
London Metropolitan University	International Business	<a href="http://www.londonmet.ac.uk/ug-prospectus/courses-09-10/international-business1.cfm">http://www.londonmet.ac.uk/ug-prospectus/courses-09-10/international-business1.cfm</a>
Loughborough University	International Business	<a href="http://www.lboro.ac.uk/prospectus/ug/courses/dept/bs/ib/index.htm">http://www.lboro.ac.uk/prospectus/ug/courses/dept/bs/ib/index.htm</a>
Manchester Metropolitan University	International Business	<a href="http://www.mmu.ac.uk/study/undergraduate/courses/course_detail.php?course_id=6108">http://www.mmu.ac.uk/study/undergraduate/courses/course_detail.php?course_id=6108</a>
Middlesex university	Honours International Business	<a href="http://www.mdx.ac.uk/courses/UG/UG-Business%20and%20Management/BA%20International%20Business/135N121.html">http://www.mdx.ac.uk/courses/UG/UG-Business%20and%20Management/BA%20International%20Business/135N121.html</a>
Roehampton University	International Business	<a href="http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/international-business/index.html">http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/international-business/index.html</a>
Schillet International University	International Business (Londres)	<a href="http://www.schiller.edu/ASAssocScienceDegreeIntlBus.cfm">http://www.schiller.edu/ASAssocScienceDegreeIntlBus.cfm</a>
Swansea University	International Business	<a href="http://www.swan.ac.uk/sbe/Prosp/BABusMan.asp">http://www.swan.ac.uk/sbe/Prosp/BABusMan.asp</a>
Teesside University	International Management	<a href="http://www.tees.ac.uk/Undergraduate_courses/Business_Accounting_&amp;_Marketing/BA_(Hons)_International_Management.cfm">http://www.tees.ac.uk/Undergraduate_courses/Business_Accounting_&amp;_Marketing/BA_(Hons)_International_Management.cfm</a>
The University of Birmingham	International Business	<a href="http://www.undergraduate.bham.ac.uk/coursefinder/business/international-business.shtml">http://www.undergraduate.bham.ac.uk/coursefinder/business/international-business.shtml</a>
University of Bedfordshire	Business Studies (International)	<a href="http://www.beds.ac.uk/courses/bysubject/busfin/ba-busstuint">http://www.beds.ac.uk/courses/bysubject/busfin/ba-busstuint</a>
University of Bradford	International Business and Management	<a href="http://www.brad.ac.uk/acad/management/external/progs.php?id=ugibm">http://www.brad.ac.uk/acad/management/external/progs.php?id=ugibm</a>
University of Dundee	International Business	<a href="http://www.dundee.ac.uk/undergraduate/courses/international_business.htm">http://www.dundee.ac.uk/undergraduate/courses/international_business.htm</a>
University of Greenwich	International Business	<a href="http://www.gre.ac.uk/courses/ug/intlbus/n120">http://www.gre.ac.uk/courses/ug/intlbus/n120</a>
University of Hertfordshire	International Business	<a href="http://www.herts.ac.uk/courses/International-Business.cfm">http://www.herts.ac.uk/courses/International-Business.cfm</a>
University of Huddersfield	International Business	<a href="http://www2.hud.ac.uk/courses/undergrad2010_11/ug_ipp.php?ipp=366">http://www2.hud.ac.uk/courses/undergrad2010_11/ug_ipp.php?ipp=366</a>
University of Hull	International Business	<a href="http://www2.hull.ac.uk/ug/09/business/internationalbusiness.aspx">http://www2.hull.ac.uk/ug/09/business/internationalbusiness.aspx</a>

University of Kent	International Business	<a href="http://www.kent.ac.uk/studying/undergrad/subjects/international_bus.html">http://www.kent.ac.uk/studying/undergrad/subjects/international_bus.html</a>
University of Lincoln	International Business	<a href="http://www.lincoln.ac.uk/lbs/_courses/undergraduate/international_business/default.asp">http://www.lincoln.ac.uk/lbs/_courses/undergraduate/international_business/default.asp</a>
University of Plymouth	International Business	<a href="http://www.plymouth.ac.uk/courses/undergraduate/0435/BA+(Hons)+International+Business">http://www.plymouth.ac.uk/courses/undergraduate/0435/BA+(Hons)+International+Business</a>
University of Strathclyde	International Business	<a href="http://www.strath.ac.uk/business/facultycourses/internationalbusinessundergraduate/">http://www.strath.ac.uk/business/facultycourses/internationalbusinessundergraduate/</a>
University of the West of England	International Business Studies	<a href="http://courses.uwe.ac.uk/n110/2009">http://courses.uwe.ac.uk/n110/2009</a>
University of Warwick	International Business	<a href="http://www2.warwick.ac.uk/study/undergraduate/courses/depta2z/wbs/n110/">http://www2.warwick.ac.uk/study/undergraduate/courses/depta2z/wbs/n110/</a>
University of Westminster	International Business	<a href="https://srs21live.wmin.ac.uk/ipp/U09SUBSI.htm">https://srs21live.wmin.ac.uk/ipp/U09SUBSI.htm</a>
University of Worcester	International Business	<a href="http://www.worc.ac.uk/courses/4502.html">http://www.worc.ac.uk/courses/4502.html</a>

A modo de ejemplo se citan igualmente algunas Universidades de AMERICA LATINA (fuente <http://www.universidades.com>):

Universidades Extranjeras América Latina		
Argentina		
Universidad	Denominación del Título	Website
Universidad Nacional del Nordeste (UNNE)	Comercio Exterior	<a href="http://www.unne.edu.ar/academica/0105.htm">http://www.unne.edu.ar/academica/0105.htm</a>
Universidad del Salvador (USAL)	Comercio Internacional	<a href="http://www.usalvador.net/usal/espanol/carrera/lista.asp?carreras_id=1205">http://www.usalvador.net/usal/espanol/carrera/lista.asp?carreras_id=1205</a>
Universidad Empresarial Siglo 21 Argentina	Comercio Internacional	<a href="http://www.uesiglo21.edu.ar/canal.asp?IdCanal=7307">http://www.uesiglo21.edu.ar/canal.asp?IdCanal=7307</a>
Universidad Católica de Salta (UCASAL)	Comercio Internacional	<a href="http://eneg.ucasal.net/paginas/carreras/Licenciaturas/Liccominter.htm">http://eneg.ucasal.net/paginas/carreras/Licenciaturas/Liccominter.htm</a>
Politécnico de la Ciudad de Buenos Aires (POLITEC)	Administración de Comercio Internacional	<a href="http://www.educaedu.com.ar/administracion-de-comercio-internacional-carreras-universitarias-21886.html">http://www.educaedu.com.ar/administracion-de-comercio-internacional-carreras-universitarias-21886.html</a>
Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales Argentina (UCES)	Comercio Exterior	<a href="http://www.uces.edu.ar/grado/ciencias_empresariales/comercio_exterior/comercio_exterior.php">http://www.uces.edu.ar/grado/ciencias_empresariales/comercio_exterior/comercio_exterior.php</a>

Universidad Abierta Interamericana (UAI)	Comercio Internacional	<a href="http://www.vaneduc.edu.ar/uai/facultad/empresas/fac-empre-cint-crono.asp">http://www.vaneduc.edu.ar/uai/facultad/empresas/fac-empre-cint-crono.asp</a>
Universidad del Museo Social Argentino (UMSA)	Comercio Internacional	<a href="http://www.umsa.edu.ar/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=165&amp;Itemid=161">http://www.umsa.edu.ar/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=165&amp;Itemid=161</a>
Universidad de Belgrano (UB)	Comercio Exterior	<a href="http://www.ub.edu.ar/carreras.php?carrera=304&amp;tipo=grado">http://www.ub.edu.ar/carreras.php?carrera=304&amp;tipo=grado</a>
Instituto Universitario Escuela Argentina de Negocios	Comercio Internacional	<a href="http://www.ean.edu.ar/carreras_superiores/comercio_internacional.asp">http://www.ean.edu.ar/carreras_superiores/comercio_internacional.asp</a>
UdeMM-Universidad de la Marina Mercante (UdeMM)	Comercio Internacional	<a href="http://www.udemm.edu.ar/">http://www.udemm.edu.ar/</a>
Universidad de Moron	Comercio Internacional	<a href="http://www.unimoron.edu.ar/Home/CarrerasCAR/GradoCAR/tabid/256/Default.aspx">http://www.unimoron.edu.ar/Home/CarrerasCAR/GradoCAR/tabid/256/Default.aspx</a>
Universidad Católica de Santiago del Estero	Comercio Exterior	<a href="http://ucse.edu.ar/sede_sgo/fce/comercioExterior/index.htm">http://ucse.edu.ar/sede_sgo/fce/comercioExterior/index.htm</a>
Universidad Argentina de la Empresa (UADE)	Comercio Internacional	<a href="http://www.uade.edu.ar/paginas/LicComercioInterface.aspx?Id=119">http://www.uade.edu.ar/paginas/LicComercioInterface.aspx?Id=119</a> <a href="http://www.uade.edu.ar/Carreras/licenciatura_comercio_internacional-1906-54-3">http://www.uade.edu.ar/Carreras/licenciatura_comercio_internacional-1906-54-3</a>
Universidad Nacional de La Matanza	Comercio Internacional	<a href="http://economicas.unlam.edu.ar/">http://economicas.unlam.edu.ar/</a>
Universidad Católica de Cuyo	Comercio Internacional	<a href="http://www.uccuyo.edu.ar/index.php?option=content&amp;task=view&amp;id=68">http://www.uccuyo.edu.ar/index.php?option=content&amp;task=view&amp;id=68</a>
Universidad de Congreso	Comercio Exterior	<a href="http://www.ucongreso.edu.ar/grado/comercio_exterior/planestudios.php">http://www.ucongreso.edu.ar/grado/comercio_exterior/planestudios.php</a>
Instituto Universitario Gastón Dachary	Comercio Internacional	<a href="http://www.dachary.edu.ar/ofertaacademica.php">http://www.dachary.edu.ar/ofertaacademica.php</a>
Universidad Argentina John F. Kennedy	Comercio Internacional	<a href="http://www.kennedy.edu.ar/gradoyposgrado.htm">http://www.kennedy.edu.ar/gradoyposgrado.htm</a>
Universidad Champagnat	Comercio Internacional	<a href="http://www.uch.edu.ar/?mostrar=unidades&amp;int=feconomicas&amp;carrera=comercio&amp;last=plan">http://www.uch.edu.ar/?mostrar=unidades&amp;int=feconomicas&amp;carrera=comercio&amp;last=plan</a>
Universidad del Aconcagua	Comercio Internacional	<a href="http://www.uda.edu.ar/FCSA/academicoOE004.php">http://www.uda.edu.ar/FCSA/academicoOE004.php</a>
Méjico (fuente: <a href="http://uniopportunidades.com.mx">http://uniopportunidades.com.mx</a> )		
Centro de Estudios Universitarios Vizcaya de las Américas	Comercio Internacional	<a href="http://www.uva.edu.mx/_content/licenciaturas/Comercio/">http://www.uva.edu.mx/_content/licenciaturas/Comercio/</a>
Centro Universitario de Coahuila	Comercio Internacional	<a href="http://www.ceunico.edu.mx/programas/licenciaturas/lci">http://www.ceunico.edu.mx/programas/licenciaturas/lci</a>

Centro Universitario Hispano Mexicano	Comercio Internacional	<a href="http://www.cuhm.mx/">http://www.cuhm.mx/</a>
Colegio Universidades de Nueva Extremadura	Comercio Internacional	<a href="http://www.uvne.edu.mx/comercio.html">http://www.uvne.edu.mx/comercio.html</a>
Colegio Universitario y Tecnológico del Noreste	Comercio Internacional	<a href="http://www.cutn.edu.mx/licenciaturas.htm">http://www.cutn.edu.mx/licenciaturas.htm</a>
Escuela Comercial Cámara de Comercio	Comercio Internacional	<a href="http://www.eccc.com.mx/ECCC_academia/licenciaturas/cominter.htm">http://www.eccc.com.mx/ECCC_academia/licenciaturas/cominter.htm</a>
Instituto de Estudios Superiores de Coahuila	Comercio Internacional	<a href="http://www.iesc.edu.mx/Licenciaturas/lci.php">http://www.iesc.edu.mx/Licenciaturas/lci.php</a>
Instituto Internacional de Estudios Superiores	Comercio Internacional	<a href="http://www.iies.edu.mx/sp/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=222&amp;Itemid=186">http://www.iies.edu.mx/sp/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=222&amp;Itemid=186</a>
Instituto las Américas de Nayarit	Comercio Internacional	<a href="http://www.ilan.com.mx/">http://www.ilan.com.mx/</a>
Instituto Multitécnico Profesional	Comercio Internacional	<a href="http://institutomultitecnico.edu.mx/">http://institutomultitecnico.edu.mx/</a>
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Negocios Internacionales	<a href="http://www.itesm.edu/wps/portal?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/ITESMv2/Tecnol%C3%B3gico+de+Monterrey/Profesional/Programas+de+estudio/Carreras+profesionales/Negocios+y+Administraci%C3%B3n/LIN">http://www.itesm.edu/wps/portal?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/ITESMv2/Tecnol%C3%B3gico+de+Monterrey/Profesional/Programas+de+estudio/Carreras+profesionales/Negocios+y+Administraci%C3%B3n/LIN</a>
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente	Comercio Internacional	<a href="http://saturno.sc.iteso.mx/portal/page/portal/ITESO/Aspirantes/Licenciaturas/Oferta_academica/Administrativas/LCI">http://saturno.sc.iteso.mx/portal/page/portal/ITESO/Aspirantes/Licenciaturas/Oferta_academica/Administrativas/LCI</a>
Instituto Universitario del Estado de México	Comercio Internacional	<a href="http://www.universidadiuem.edu.mx/comercio.php">http://www.universidadiuem.edu.mx/comercio.php</a>
Liceo Universidad Pedro de Gante	Comercio Internacional	<a href="http://www.upg.edu.mx/textcoco/textcoco_comercio_internacional.html">http://www.upg.edu.mx/textcoco/textcoco_comercio_internacional.html</a>
Tecnológico de Baja California	Comercio Exterior y Aduanas	<a href="http://www.tecbc.mx/comercio.php">http://www.tecbc.mx/comercio.php</a>
Tecnológico Iberoamericano Aragón	Comercio Internacional	<a href="http://www.teciberoaragon.com.mx/comercio.html">http://www.teciberoaragon.com.mx/comercio.html</a>
Universidad Autónoma de Baja California	Relaciones Internacionales	<a href="http://feyri.tij.uabc.mx/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=19&amp;Itemid=41&amp;limit=1&amp;limitstart=1">http://feyri.tij.uabc.mx/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=19&amp;Itemid=41&amp;limit=1&amp;limitstart=1</a>
Universidad Alva Edison	Comercio Internacional	<a href="http://www.unialvaedison.edu.mx/carrera.php">http://www.unialvaedison.edu.mx/carrera.php</a>
Universidad Anáhuac	Negocios Internacionales	<a href="http://www.anahuac.mx/economia/planes.lic.negocios.html">http://www.anahuac.mx/economia/planes.lic.negocios.html</a>

Universidad Angelópolis	Comercio Internacional	<a href="http://www.uniangelopolis.com/">http://www.uniangelopolis.com/</a>
Universidad Ateneo de Monterrey	Comercio Internacional	<a href="http://www.ateneo.edu.mx/c_comercio.asp">http://www.ateneo.edu.mx/c_comercio.asp</a>
Universidad Autónoma de Chapingo	Comercio Internacional de Productos Agropecuarios	<a href="http://portal.chapingo.mx/dicea/?var=lcipa">http://portal.chapingo.mx/dicea/?var=lcipa</a>
Universidad Autónoma de Chiapas	Comercio Internacional	<a href="http://www.unach.mx/index.php?tipconten=2&amp;idconten=20">http://www.unach.mx/index.php?tipconten=2&amp;idconten=20</a> <a href="http://secacad.unach.mx/images/stories/administrativas/comercio_%20internacional.pdf">http://secacad.unach.mx/images/stories/administrativas/comercio_%20internacional.pdf</a>
Universidad Autónoma de Guadalajara	Comercio Internacional	<a href="http://www.uag.mx/204/comint.htm">http://www.uag.mx/204/comint.htm</a>
Universidad Autónoma de La Laguna	Comercio Internacional	<a href="http://www.ual.mx/portal/page?_pageid=33,69061&amp;_dad=portal&amp;_schema=PORTAL">http://www.ual.mx/portal/page?_pageid=33,69061&amp;_dad=portal&amp;_schema=PORTAL</a> <a href="http://www.ual.mx/n_portal/pdf/programas_estudio/ciencias_administrativas/CI.pdf">http://www.ual.mx/n_portal/pdf/programas_estudio/ciencias_administrativas/CI.pdf</a>
Universidad Autónoma de Sinaloa	Comercio Internacional	<a href="http://www.uasnet.mx/web/index.php?op=41&amp;area=5&amp;optativas=1&amp;propedeutico=0&amp;escuela=27&amp;carrera=49&amp;tipo=5&amp;periodos=13">http://www.uasnet.mx/web/index.php?op=41&amp;area=5&amp;optativas=1&amp;propedeutico=0&amp;escuela=27&amp;carrera=49&amp;tipo=5&amp;periodos=13</a>
Universidad Autónoma de Yucatán	Comercio Internacional	<a href="http://www.economia.uady.mx/index.php?item=14&amp;cont=5&amp;type=5&amp;tema=5">http://www.economia.uady.mx/index.php?item=14&amp;cont=5&amp;type=5&amp;tema=5</a>
Universidad Autónoma del Estado de México	Relaciones Económicas Internacionales	<a href="http://www.dep.uaemex.mx/mapas/dspmapcur.asp?pe=51&amp;tpo=g">http://www.dep.uaemex.mx/mapas/dspmapcur.asp?pe=51&amp;tpo=g</a>
Universidad Azteca	Comercio Internacional	<a href="http://www.universidadazteca.edu.mx/universidadaztecamedio/licenciaturas/comerciointernacional.html">http://www.universidadazteca.edu.mx/universidadaztecamedio/licenciaturas/comerciointernacional.html</a>
Universidad Casa Blanca	Comercio Internacional	<a href="http://www.ucb.edu.mx/publico/lci/index.asp">http://www.ucb.edu.mx/publico/lci/index.asp</a>
Universidad Cuauhnáhuac	Comercio Internacional	<a href="http://www.unic.edu.mx/comercio.html">http://www.unic.edu.mx/comercio.html</a>
Universidad Cuauhtémoc	Comercio Internacional	<a href="http://www.cuauhtemoc.edu.mx/puebla/html/EstLicComercioInterior.html">http://www.cuauhtemoc.edu.mx/puebla/html/EstLicComercioInterior.html</a>
Universidad de Celaya	Comercio Internacional	<a href="http://www.udec.edu.mx/">http://www.udec.edu.mx/</a>
Universidad de Educación Abierta y a Distancia	Relaciones Internacionales	<a href="http://suaed.politicas.unam.mx/relaciones_internacionales_01.html">http://suaed.politicas.unam.mx/relaciones_internacionales_01.html</a>
Universidad de Guanajuato	Comercio Internacional	<a href="http://www.ugto.mx/sitioug/espanol/licenciaturas/liccomerciointer.asp">http://www.ugto.mx/sitioug/espanol/licenciaturas/liccomerciointer.asp</a>
Universidad de Ingenierías y Ciencias del Noreste	Comercio Internacional	<a href="http://www.universidadicn.edu.mx/pro_l_comint.htm">http://www.universidadicn.edu.mx/pro_l_comint.htm</a>
Universidad de las Californias	Comercio Internacional	<a href="http://www.udc.com.mx/">http://www.udc.com.mx/</a>

Universidad de León	Comercio Internacional	<a href="http://www.universidaddeleon.edu.mx/spanish/ofertaplanteles/licenciaturas/ver_lic.htm?id=1&amp;archivo=comercio_internacional.swf">http://www.universidaddeleon.edu.mx/spanish/ofertaplanteles/licenciaturas/ver_lic.htm?id=1&amp;archivo=comercio_internacional.swf</a>
Universidad de Monterrey	Comercio Internacional	<a href="http://www.udem.edu.mx/carreras/licenciado_en_comercio_internacional/99">http://www.udem.edu.mx/carreras/licenciado_en_comercio_internacional/99</a>
Universidad de Puebla	Comercio Internacional	<a href="http://www.buap.mx/">http://www.buap.mx/</a>
Universidad de Xalapa	Negocios Internacionales	<a href="http://www.ux.edu.mx/">http://www.ux.edu.mx/</a>
Universidad del Valle de Atemajac, Campus	Comercio Internacional	<a href="http://www.leon.univa.mx/Ofer%20Educativa/Licenciatura/lic_index.html">http://www.leon.univa.mx/Ofer%20Educativa/Licenciatura/lic_index.html</a>
Universidad del Campus de México	Administración y Negocios Internacionales	<a href="http://www.up.edu.mx/Default.aspx?doc=596">http://www.up.edu.mx/Default.aspx?doc=596</a>
Universidad del Valle del Fuerte	Comercio Internacional	<a href="http://www.univafu.edu.mx/d4/Propuesta/licenciaturas/lci/LCI.html">http://www.univafu.edu.mx/d4/Propuesta/licenciaturas/lci/LCI.html</a>
Universidad Durango Santander	Comercio Internacional	<a href="http://www.uad.edu.mx/durango/licenciaturas.php">http://www.uad.edu.mx/durango/licenciaturas.php</a>
Universidad Emilio Cárdenas	Comercio Internacional	<a href="http://www.udec.com.mx/">http://www.udec.com.mx/</a>
Universidad ETAC	Comercio Internacional	<a href="http://www.etac.edu.mx/licenciaturas/comercio.html">http://www.etac.edu.mx/licenciaturas/comercio.html</a>
Universidad Europea Puebla	Comercio Internacional	<a href="http://www.universidadeuropeapuebla.edu.mx/">http://www.universidadeuropeapuebla.edu.mx/</a>
Universidad Franciscana de México	Comercio Internacional	<a href="http://www.ufm.edu.mx/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=17&amp;Itemid=37">http://www.ufm.edu.mx/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=17&amp;Itemid=37</a>
Universidad Humanista de las Américas	Comercio Internacional	<a href="http://www.uha.edu.mx/comercio_internacional.html">http://www.uha.edu.mx/comercio_internacional.html</a>
Universidad Iberoamericana	Administración de Negocios Internacionales	<a href="http://www.uia.mx/web/site/tpl-Nivel2.php?menu=adAspirantes&amp;seccion=LAdmonneginter">http://www.uia.mx/web/site/tpl-Nivel2.php?menu=adAspirantes&amp;seccion=LAdmonneginter</a>
Universidad ICEL	Relaciones Comerciales Internacionales	<a href="http://www.icel.edu.mx/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=12&amp;Itemid=12">http://www.icel.edu.mx/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=12&amp;Itemid=12</a>
Universidad Insurgentes	Comercio Internacional	<a href="http://www.universidadinsurgentes.edu.mx/index.php?option=content&amp;task=view&amp;id=127">http://www.universidadinsurgentes.edu.mx/index.php?option=content&amp;task=view&amp;id=127</a>
Universidad José Vasconcelos de Oaxaca	Comercio Internacional	<a href="http://univas.edu.mx/content/view/25/49/">http://univas.edu.mx/content/view/25/49/</a>
Universidad Kino	Comercio Internacional	<a href="http://www.unikino.mx/universidad/oferta-educativa/lic-en-comercio-internacional/">http://www.unikino.mx/universidad/oferta-educativa/lic-en-comercio-internacional/</a>
Universidad La Salle	Comercio y Negocios Internacionales	<a href="http://www.cvca.ulsa.mx/newSite/HTMLS/comercio.html">http://www.cvca.ulsa.mx/newSite/HTMLS/comercio.html</a>
Universidad Latina de México	Comercio Internacional	<a href="http://www.ulm.edu.mx/index.php?option=com_content&amp;task=category&amp;sectionid=5&amp;id=1">http://www.ulm.edu.mx/index.php?option=com_content&amp;task=category&amp;sectionid=5&amp;id=1</a>

		<a href="#">9&amp;Itemid=110</a>
Universidad Liceo Cervantino	Comercio Internacional y Aduanas	<a href="http://www.ulc.edu.mx/lic_comercio_internacional.html">http://www.ulc.edu.mx/lic_comercio_internacional.html</a>
Universidad Madero	Comercio Exterior y Derecho Aduanero	<a href="http://www.umad.edu.mx/index2.html">http://www.umad.edu.mx/index2.html</a>
Universidad Magna		
Universidad Maya	Comercio Internacional	<a href="http://www.universidadmaya.com/oferta/comercio.html">http://www.universidadmaya.com/oferta/comercio.html</a>
Universidad Metropolitana Latin Campus	Comercio Internacional	<a href="http://www.uml.edu.mx/comercio.html">http://www.uml.edu.mx/comercio.html</a>
Universidad México Americana del Norte	Comercio Internacional	<a href="http://www.uman.edu.mx/carreras/lci/">http://www.uman.edu.mx/carreras/lci/</a>
Universidad Politécnica Hispano Mexicana	Comercio Internacional	<a href="http://www.uphm.edu.mx/">http://www.uphm.edu.mx/</a>
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	Comercio Internacional	<a href="http://www.upaep.mx/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=157&amp;Itemid=216">http://www.upaep.mx/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=157&amp;Itemid=216</a> <a href="http://200.33.10.30/planes_estudio/comercio_internacional.pdf">http://200.33.10.30/planes_estudio/comercio_internacional.pdf</a>
Universidad Potosina	Comercio Internacional	<a href="http://www.universidadpotosina.edu.mx/carreras.htm">http://www.universidadpotosina.edu.mx/carreras.htm</a>
Universidad Sentimientos de la Nación	Comercio Internacional	<a href="http://www.usn.edu.mx/usnweb/comerinter.html">http://www.usn.edu.mx/usnweb/comerinter.html</a>
Universidad Tecmilenio	Comercio Internacional	<a href="http://www.tecmilenio.edu.mx/_estudia/lci.php">http://www.tecmilenio.edu.mx/_estudia/lci.php</a>
Universidad Valle del Bravo	Comercio Internacional	<a href="http://www.uvb.edu.mx/programas/UVB_lci.htm">http://www.uvb.edu.mx/programas/UVB_lci.htm</a>
Universidad Vasco de Quiroga	Comercio Internacional	<a href="http://www.uvaq.edu.mx/interior.php?c=11&amp;j=5">http://www.uvaq.edu.mx/interior.php?c=11&amp;j=5</a>
Universidad Victoria	Comercio Internacional	<a href="http://www.universidadvictoria.edu.mx/cnt_comercio_internacional.php">http://www.universidadvictoria.edu.mx/cnt_comercio_internacional.php</a>
Universidad Xochicalco	Comercio Internacional	<a href="http://www.universidadvictoria.edu.mx/cnt_comercio_internacional.php">http://www.universidadvictoria.edu.mx/cnt_comercio_internacional.php</a>

Se ofrece a continuación un breve resumen de esta oferta en otras Universidades Extranjeras Europeas:

Universidades Extranjeras Dinamarca		
Universidad	Denominación del Título	Website
Aarhus Universiteit	Business Administration and International Management	<a href="http://studieguide.au.dk/bachelor_uk.cfm?fa g=0553">http://studieguide.au.dk/bachelor_uk.cfm?fa g=0553</a>
Universidades Extranjeras Finlandia		
Universidad	Denominación del Título	Website
Seinajoki Business School	International Business	<a href="http://www.seamk.fi/In_English/Studies/Degree_programmes_in_English.iw3">http://www.seamk.fi/In_English/Studies/Degree_programmes_in_English.iw3</a>
University of Vaasan- Vaasan Yliopisto	International Business	<a href="http://www.uvasa.fi/kauppatieteet/english/studies/programmes/">http://www.uvasa.fi/kauppatieteet/english/studies/programmes/</a>
Universidades Extranjeras Francia		
Universidad	Denominación del Título	Website
ISC-Paris School of Management	MBA International Business and Project Management	<a href="http://www.business-school-paris.com/mba.html">http://www.business-school-paris.com/mba.html</a>
Universidades Extranjeras Holanda		
Universidad	Denominación del Título	Website
Hogeschool Van Utrecht	International Business and Management	<a href="http://www.hu.nl/Opleidingen/International+Business+and+Management+Studies/De+opleiding/In+het+kort.htm?wbc_purpose=Basic&amp;WBCMODE=PresentationUnpublished">http://www.hu.nl/Opleidingen/International+Business+and+Management+Studies/De+opleiding/In+het+kort.htm?wbc_purpose=Basic&amp;WBCMODE=PresentationUnpublished</a>
Hogeschool Hertogenbosch	International Business and Management Studies	<a href="http://www.avans.nl/smartsite.shtml?id=33144&amp;em=33144">http://www.avans.nl/smartsite.shtml?id=33144&amp;em=33144</a>
Universidades Extranjeras Irlanda		
Universidad	Denominación del Título	Website
Dublin Institute of Technology	International Business	<a href="http://www.dit.ie/study/postgraduate/browse/programmes/title,756,en.html">http://www.dit.ie/study/postgraduate/browse/programmes/title,756,en.html</a>
Universidades Extranjeras Suecia		
Universidad	Denominación del Título	Website
Uhmea	International Business	<a href="http://www.utbildningar.umu.se/pluto/portal/SelmaPortlet/md_SelmaPortlet_row1_col1">http://www.utbildningar.umu.se/pluto/portal/SelmaPortlet/md_SelmaPortlet_row1_col1</a>

		<a href="#">_p1/view/_rp_SelmaPortlet_row1_col1_p1_tabflag/1_progNormal/_rp_SelmaPortlet_row1_col1_p1_programme/1_SYINT/ st SelmaPortlet_row1_col1_p1/normal/_rp_SelmaPortlet_row1_col1_p1_year/1_090x310/ pid/SelmaPortlet_row1_col1_p1/_rp_SelmaPortlet_row1_col1_p1_engFlag/1_engelska/_rp_SelmaPortlet_row1_col1_p1_action/1_programme</a>
<b>Universidades Extranjeras</b> <b>Suiza</b>		
<b>Universidad</b>	<b>Denominación del Título</b>	<b>Website</b>
FH Solothurn Nordwestschweiz	International Business Management	<a href="http://www.en.fhnw.ch/business/ibm">http://www.en.fhnw.ch/business/ibm</a>

Informes de asociaciones, colegios profesionales, nacionales o extranjeros:

- Cámara Oficial de Comercio e Industria de León
- Cámara Oficial de Comercio e Industria de Astorga
  - Colegio de Economistas de León
  - Colegio Oficial de Titulares Mercantiles y Diplomados en Ciencias Empresariales
  - Federación Leonesa de Empresarios
  - Círculo Empresarial Leonés

### 2.3. Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios.

#### CONSULTAS INTERNAS:

- Comisión General de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: Es una Comisión Delegada de Junta de Facultad, para la elaboración de los planes de estudio de títulos de Grado. La composición de la misma se ajusta al Título II, Capítulo II, Sección 3ª, Artículo 23 del Reglamento de Régimen Interno de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León, aprobado en Consejo de Gobierno el 20 de diciembre de 2004.
- Comisión específica para el diseño del título de Graduado o Graduada en Comercio Internacional. La constituyen, la Decana y el Secretario del Centro, un profesor Responsable del título y un representante de cada una de las áreas de conocimiento que imparten docencia en las titulaciones actuales, con carga docente representativa, elegido por el Área. La Comisión tiene la siguiente composición:

Coordinador: José Luis Placer Galán  
 Secretaria: Carmen Rodríguez Santos  
 Vocales: Mª Teresa Tascón Rodríguez  
 Almudena Martínez Campillo  
 Cristina Álvarez Folgueras  
 Juan José Lanero Fernández

Mario Díaz Martínez  
M<sup>a</sup> Jesús Mures Quintana (Decana Facultad)  
José Angel Miguel Dávila (Secretario Facultad)

- Comisión para la ordenación de las nuevas enseñanzas oficiales de la Universidad de León
- Departamentos, Áreas de conocimiento, profesores y estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
- Junta de Facultad
- Consejo de Gobierno de la Universidad de León.

El procedimiento de consulta seguido es el aprobado por Consejo de Gobierno de la ULE el 29 de febrero de 2008 y modificado en Consejo de Gobierno el 22 de abril de 2008. Es el siguiente:

- La Comisión específica para el diseño del título elabora el Borrador de Plan de estudios. Para ello se han realizado tres reuniones. Dicho borrador es enviado a la Comisión General de la Facultad, que, una vez analizado, lo remite a la Comisión para la Ordenación de Nuevas Enseñanzas Oficiales de la ULE.
- La Comisión de Nuevas Enseñanzas Oficiales revisa del Borrador y realiza la difusión del mismo entre la Comunidad Universitaria para que se realicen las alegaciones correspondientes.
- Analizadas las alegaciones e incluidas, si procede, la Comisión de Nuevas Enseñanzas Oficiales remite, de nuevo, el Borrador a la Comisión específica del título para la valoración de las alegaciones.
- El Borrador definitivo se envía a la Junta de Facultad para su aprobación; una vez aprobado se remite al Consejo de Gobierno de la Universidad de León para su aprobación definitiva.

#### CONSULTAS EXTERNAS:

- El importante número de Centros universitarios americanos y europeos en los que existe una Titulación similar a la propuesta nos ha permitido consultar, a través de internet, los diseños curriculares de numerosas universidades para configurar un Grado con unos objetivos y un perfil completamente homologable a la oferta existente en los países occidentales más desarrollados.
- La amplia red de relaciones que mantiene la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de León con centros europeos y en particular la constituida para impartir el "European Master in Business Studies", en colaboración con la Università degli Studi di Trento, la Université de Savoie, la Universität Kasel, nos ha permitido consultar con esta prestigiosas instituciones el Grado propuesto.

- Organizaciones con las que se han tenido reuniones a lo largo del proceso de elaboración de la propuesta de títulos: Consejo General de Economistas de España, Colegio de Economistas de León, Colegio de Titulados Mercantiles y Empresariales de León, Cámara Oficial de Comercio e Industria de León, Cámara Oficial de Comercio e Industria de Astorga, Círculo Empresarial Leonés, Federación Leonesa de Empresarios y Empresas.

#### **2.4. Difusión.**

El procedimiento de difusión de la Memoria de Solicitud de Verificación se ha desarrollado entre el 16 y el 24 de septiembre de 2008 desde la Oficina de Evaluación y Calidad del Vicerrectorado de Calidad y Acreditación

La Comisión de Ordenación de las Nuevas Enseñanzas de la ULE (COE) decidió el 8 de julio de 2008 que la Oficina de Evaluación y Calidad (OEC) fuera la encargada de la GESTIÓN DE LA DIFUSIÓN de las propuestas de las memorias de título para la verificación, elaboradas por la distintas Comisiones para el Diseño de los Títulos (CDT), entre los grupos de interés que previamente definieron dichas Comisiones, así como de la información que se generó (alegaciones), como consecuencia de dicha difusión.

Por este motivo, desde la Oficina de Evaluación y Calidad se diseñó una herramienta para la gestión de alegaciones en la que los grupos de interés tenían a su disposición la memoria de título y el formulario para hacer las alegaciones correspondientes.

Con los grupos de interés se contactó vía e-mail o vía postal (solamente en aquellos casos que no se disponía de la dirección de correo electrónico). A cada miembro de cada grupo de interés se le facilitaba la siguiente información:

- Carta del Vicerrector Calidad y Acreditación en la que se explicaba el proceso de elaboración y el objeto de la difusión de la memoria de los títulos para la verificación
- Carta específica título (en caso de existir).
- Clave de acceso a Memoria de Título.

Entre los grupos de interés debían encontrarse como mínimo los siguientes implicados en la/s titulación/es más afines a la titulación planteada en la memoria para la verificación:

##### *Personal Docente e Investigador (PDI)*

- PDI de todas las categorías, áreas y departamentos implicados en la titulación
- Directores de departamento implicados en la titulación
- Equipo decanal/directivo del centro
- Otros

##### *Personal de Administración y Servicios*

- Administración centro
- Biblioteca
- Departamentos

- Laboratorios
- Otros

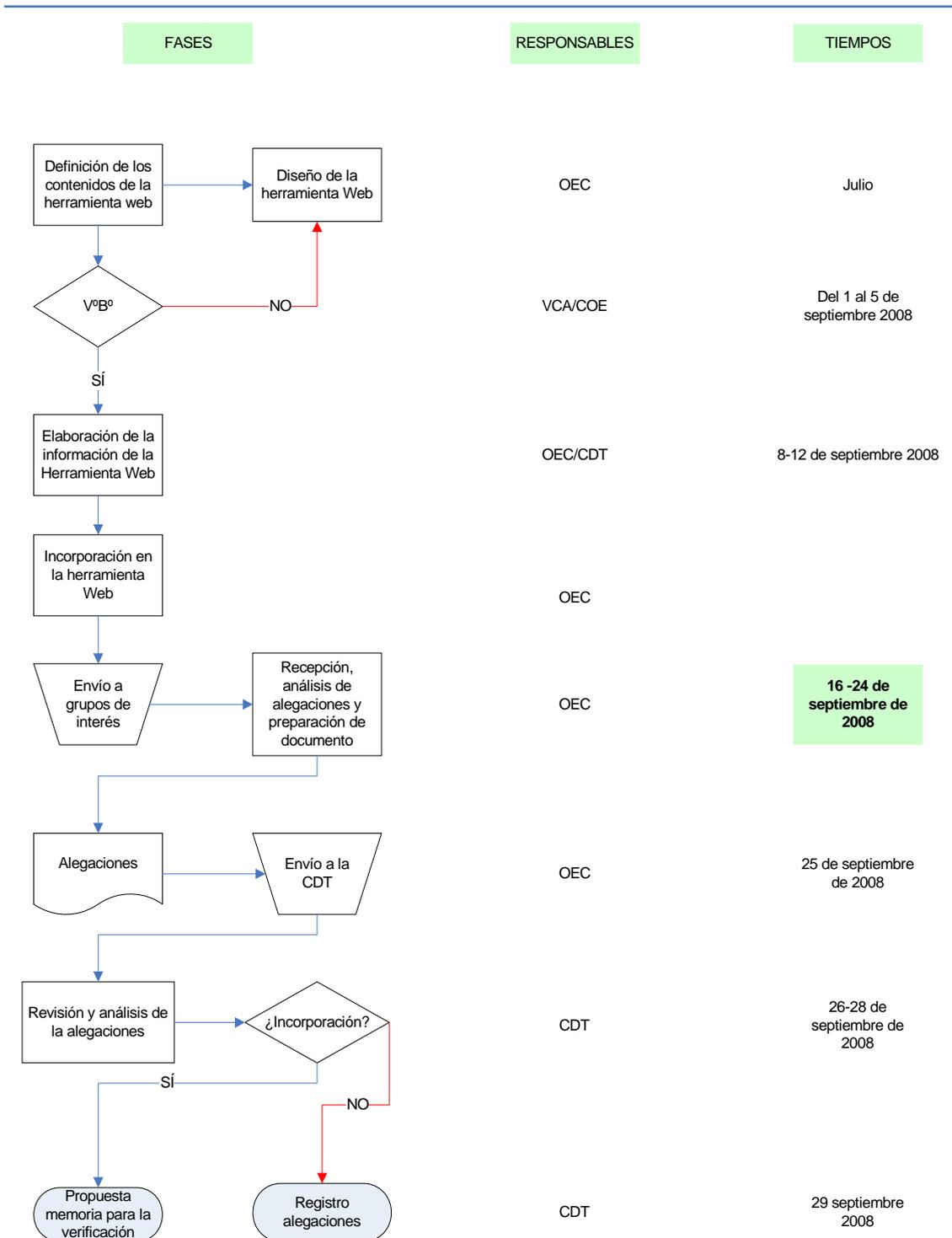
*Estudiantes*

Egresados de al menos los últimos 5 años si la titulación se corresponde con una titulación actual

Profesionales

- Administración pública
- Empresas
- El proceso de difusión desarrollado es el que se presenta a continuación:

**PROCESO DE DIFUSIÓN DE LAS PROPUESTAS DE LAS MEMORIAS PARA LA VERIFICACIÓN DE LAS NUEVAS ENSEÑANZAS OFICIALES DE LA UNIVERSIDAD DE LEÓN**



### 3. OBJETIVOS.

El Grado en Comercio Internacional tiene como principal objetivo proporcionar unos sólidos conocimientos científicos y técnicos en el complejo campo de la comercialización exterior y la internacionalización de la empresa, formando profesionales capaces de gestionar directamente la actividad internacional de la empresa, o indirectamente a través de empresas de servicios y/o consultoría especializada, así como orientar al fomento de la internacionalización desde el ámbito de los organismos públicos, semipúblicos o privados. Por ello, las áreas de conocimiento que la integran se centran fundamentalmente en el estudio de la economía y la comercialización, el marco jurídico, los idiomas y las herramientas informáticas y cuantitativas más útiles para la empresa, todo ello adaptado a un contexto de internacionalización.

#### 3.1. Objetivos generales.

7. Formar profesionales capaces de evaluar la viabilidad de un proceso de internacionalización de la empresa,
8. Gestionar adecuadamente la actividad internacional y en particular el comercio exterior de la empresa.
9. Desarrollar dichas labores en el ámbito privado o en el público, o en cualquier otra institución de relevancia económica y social.
10. Identificar las principales fuerzas internacionales que afectan el desarrollo del Comercio Internacional.
11. Ser capaz de analizar y anticipar los problemas que plantea el comercio internacional en los mercados relevantes en cualquier situación concreta, de discutir las alternativas que faciliten su resolución, de seleccionar las más adecuadas a los objetivos y de evaluar los resultados a los que conduce.
12. Conocer el funcionamiento y las consecuencias de la valoración de inversiones, activos y mercados financieros nacionales e internacionales, análisis de riesgos y, en general dominar las herramientas fundamentales para el análisis y toma de decisión en estos ámbitos en contextos internacionales.

La consecución de los objetivos propuestos llevará implícito, a través de medidas de acción positiva, la no discriminación, la igualdad de oportunidades y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad (Ley 51/2003, de 2 de diciembre), la igualdad efectiva de hombres y mujeres (Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo) y los valores de la cultura de la paz (Ley 27/2005, de 30 de noviembre).

Se tendrá en consideración que ningún aspirante a convertirse en estudiante, o estudiante del presente grado podrá ser discriminado por su raza, color, nacionalidad, religión, sexo, incapacidad, edad, orientación sexual, embarazo, estado civil o circunstancias especiales de sus progenitores.

En todo caso, los derechos constitucionales así como los que se contemplan en el ordenamiento jurídico en vigor, referentes a la salvaguarda de la dignidad de la persona y de sus

características individuales, de la igualdad y de la equidad están garantizados. En consecuencia, la normativa del Estado y de la propia de la Universidad serán de aplicación en aquellas circunstancias en que fueran conculcadas.

### 3.2.- Objetivos Específicos (de formación y aprendizaje de conocimientos teóricos).

Los objetivos específicos se concretan en el logro por parte del alumno de unas destrezas y conocimientos en los campos que a continuación se detallan, establecidos con el propósito de adquirir las capacidades suficientes para afrontar los nuevos retos que la globalización supone en el ámbito empresarial:

1. Comprender y tomar decisiones en la gestión del comercio internacional.
2. Ser capaz de desarrollar un plan de marketing, adoptando decisiones estratégicas y tácticas en materia de producto, precio, distribución y comunicación en un contexto internacional.
3. Comprender y profundizar en el marketing multicultural y analizar el comportamiento del consumidor en tal contexto.
4. Ser capaz de desarrollar una investigación del entorno de marketing de la empresa desde una operativa internacional.
5. Resolver problemas económicos aplicando las técnicas estadísticas apropiadas del análisis de datos económico-empresariales.
6. Utilizar software de uso general y específico para el análisis de datos, la toma de decisiones y la modelización y resolución de problemas en el ámbito económico-empresarial **específico del comercio internacional**.
7. Conocer y comprender el concepto de economía y teoría económica, así como las herramientas fundamentales del análisis económico.
8. Ser capaz de analizar críticamente textos económicos **referentes al trabajo de internacionalización de la empresa**.
9. Entender y aplicar las normas de Derecho Mercantil y el régimen jurídico de las obligaciones mercantiles internacionales.
10. Conocer y saber aplicar el régimen jurídico del Derecho del Trabajo a nivel nacional e internacional.
11. Conocer los aspectos teórico-prácticos tributarios de la empresa.
12. Ser capaz de desarrollar el proceso contable general de una empresa y contabilizar las principales operaciones.
13. Ser capaz de comprender, analizar y aplicar las normas internacionales de información financiera con mayor aplicación en el comercio internacional.
14. Ser capaz de diagnosticar la situación financiera y económica de la empresa a partir de la información contenida en los estados financieros.
15. Ser capaz de administrar y dirigir cualquier tipo de empresa, planificando y organizando las tareas para la toma de decisiones empresariales
16. Comprender el comportamiento de las personas en el ámbito de las organizaciones para gestionar individuos y grupos de trabajo desde una perspectiva de recursos humanos.
17. Conocer la terminología y los métodos aplicables a la función financiera y al análisis de proyectos de inversión en un contexto internacional.
18. Entender el proceso de internacionalización empresarial e identificar las principales decisiones financieras adoptadas por las empresas implicadas en dichos negocios multinacionales.
19. Manejar con destreza las herramientas ofimáticas aplicadas en la empresa.
20. Desarrollar las cuatro competencias lingüísticas del inglés y francés (comprensión lectora, expresión escrita, comprensión oral y expresión oral) de forma adecuada y competente para los distintos ámbitos comerciales **internacionales**.
21. Reflexionar de forma crítica sobre la cultura propia y otras culturas.

22. Desarrollar la capacidad de comunicación oral y escrita en el ámbito empresarial.
23. Desarrollar la capacidad de trabajo en equipo, responsabilidad, flexibilidad y aceptación de entornos profesionales multiculturales.

### 3.2. Competencias

#### a) Competencias básicas (RD 1393/2007. Anexo 1, Apartado 3.2)

Las competencias generales del título propuesto recogen las establecidas por REAL DECRETO 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales en su Anexo 1 Apartado 3.2. (BOE núm. 260 de 30 octubre 2007): “Se garantizarán, como mínimo las siguientes competencias básicas, en el caso del Grado, y aquellas otras que figuren en el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior, MECES:

- *Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio;*
- *Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio;*
- *Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;*
- *Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;*
- *Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.”*

#### b) Competencias específicas

1.- Conocer y comprender los aspectos fundamentales de la internacionalización empresarial y organizar y controlar la gestión administrativa en las operaciones de importación/exportación y/o introducción/expedición de mercancías.

2.- Participar en la elaboración del plan de marketing-mix internacional.

3.- Diseñar y coordinar la aplicación de los instrumentos necesarios para la investigación de mercados internacionales.

4.- Ser capaz de resolver problemas económicos a través de la aplicación de técnicas estadísticas y software precisos.

5.- Llevar a cabo el análisis y obtención de conclusiones a partir de la información económica y financiera de la empresa en un contexto internacional.

6.- Gestionar las operaciones de financieras para transacciones internacionales de mercancías y servicios.

7.- Identificar y aplicar las normas legales que deben utilizarse en los procedimientos de importación y exportación, así como en el ámbito laboral y tributario de la empresa internacional.

8.- Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacional de productos/servicios.

9.- Comunicarse en inglés y francés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.

#### c) Competencias transversales

14. Adaptarse a las nuevas situaciones laborales generadas como consecuencia de los cambios tecnológicos y organizativos que conlleva la globalización del entorno empresarial.
15. Mantener comunicaciones efectivas con fluidez en el desarrollo de su profesión tanto de forma oral como escrita en distintos contextos culturales, en su propia lengua y en contextos comerciales en inglés y francés
16. Ser capaz de trabajar en equipo, respetando la opinión de los demás, mostrando habilidad para las relaciones interpersonales y colaborando activamente en pro de los objetivos del grupo.
17. Tener un compromiso ético y responsabilidad en el trabajo.
18. Ser capaz de aprender, manteniendo una actitud de aprendizaje permanente y un espíritu investigador.
19. Tener capacidad de análisis y síntesis de la información.
20. Ser capaz de un pensamiento crítico y de trabajar de forma autónoma
21. Adquirir capacidades para la aplicación práctica de los conocimientos teóricos.
22. Manejar con destreza las herramientas informáticas para la gestión de la empresa.
23. Dominar las destrezas necesarias para la búsqueda de información empleando diferentes fuentes de búsqueda.
24. Ser capaz de para trabajar en un contexto internacional y multicultural.
25. Tener capacidad de liderazgo para responsabilizarse de la consecución de los objetivos asignados a un equipo de trabajo, respetando el trabajo de los demás, organizando y planificando las tareas, y cooperando para la resolución de conflictos.
26. Identificar, plantear y resolver problemas y tomar decisiones que optimicen el desarrollo de la organización en la que presten sus servicios profesionales.

#### 3.4.-Metodología

La normativa recogida en el Real Decreto 1393/2007, además de en los Libros Blancos de Economía y Empresa impulsados por la ANECA, establece como mandato obligatorio la puesta en marcha de una nueva metodología docente:

*“la nueva organización de las enseñanzas universitarias responde no sólo a un cambio estructural sino que además impulsa un cambio en las metodologías docentes, que centra el objetivo en el proceso de aprendizaje del estudiante, en un contexto que se extiende ahora a lo largo de la vida.”*

*“Asimismo, también supone modificaciones en muchos de los elementos del diseño curricular (objetivos logocéntricos y psicocéntricos, métodos de enseñanza, tutorías, sistemas de evaluación, etc.), y otorga un mayor protagonismo al profesorado y los estudiantes al centrarse en el aprendizaje en lugar de la enseñanza pasiva. Se trata, por tanto, de un cambio paradigmático, pues el quicio de la reforma no está en la acomodación de los contenidos de los planes de estudio a una nueva estructura, sino una transformación más profunda que requerirá modificaciones en la mentalidad de la comunidad universitaria” (Docampo, 2001: 28).*

En esta línea de transformación más profunda de los estudios universitarios, el Grado en Comercio Internacional incorpora los siguientes cuatro aspectos como pilares definitorios de su metodología docente:

- *La incorporación plena de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación:*

Este elemento constituye un factor muy importante a la hora de abordar nuestra metodología docente. Como el resto de alumnos de la Facultad de C. Económicas y Empresariales, los estudiantes del Grado en Comercio Internacional disponen de lugares habilitados para el trabajo en red y laboratorios de idiomas, así como de acceso Wi-Fi en todas las aulas y espacios del edificio desde el que pueden conectar su ordenador portátil para acceder a la plataforma de trabajo virtual [www.aula.unileon.es](http://www.aula.unileon.es), lo que permite a los docentes realizar un seguimiento del trabajo personal y organizar tutorías online de las distintas asignaturas. Igualmente, los alumnos pueden conectar con las bibliotecas de la ULE y con una amplia base de datos nacionales e internacionales de relevancia para el entorno de aplicación del Comercio Internacional, y también disponen de una Intranet propia para su correo electrónico y trámites administrativos a través de secretaría virtual.

- *Una clara dimensión internacional y multilingüe:*

La propia denominación del Grado ya destaca la importancia que en sus estudios se atribuye a la dimensión internacional. Es innegable que el momento actual obliga a las empresas más competitivas a organizar su actividad comercial con una proyección internacional, por lo que las asignaturas ofertadas en el plan de estudios tienen siempre un enfoque de utilidad en este ámbito específico. La realidad empresarial y la dinámica de este tipo de negocios requieren profesionales específicamente formados para estas tareas, con una amplia formación políglota. Por ello el presente Grado incorpora la obligatoriedad de una carga importante de inglés como lengua de los negocios, así como el francés como segundo idioma, e incluso permite al alumno completar su formación con un tercer idioma, cursado durante su estancia en el extranjero. La obligatoriedad de cursar al menos un semestre académico en una prestigiosa Universidad Europea completando la formación del alumno, así como la novedosa oferta de un semestre completo de asignaturas impartidas en idioma inglés en tercer curso (30 ECTS), son elementos que definen de por sí el carácter innovador y de apertura a la realidad internacional. De esta manera, la oferta del Grado en Comercio Internacional responde fielmente a lo manifestado en la comunicación de la Comisión Europea al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones titulada **“Promover el Aprendizaje de Idiomas y la Diversidad Lingüística: Plan de Acción 2004 - 2006”**, donde se hace constar:

*“Los centros de enseñanza superior son fundamentales en la promoción del multilingüismo social e individual. Deben acogerse favorablemente las propuestas de que cada universidad aplique una política lingüística coherente que aclare su función en la promoción del aprendizaje de idiomas y la diversidad lingüística, tanto entre sus estudiantes como en su localidad.”*

*“Todos los estudiantes deberían estudiar en otro país, preferiblemente en una lengua extranjera, durante al menos un curso académico, y deberían recibir una cualificación lingüística reconocida como parte de su programa de estudios. (Acción 1.3.1)”*

- *Un enfoque centrado en el aprendizaje del alumno:*

El cambio de paradigma de los nuevos estudios de grado se centra sobre todo en una concepción nueva del alumno como centro de una tarea de aprendizaje continuo. Así, el enfoque de las materias del presente grado en Comercio Internacional tiende a potenciar el valor del trabajo en equipo y el esfuerzo permanente, y plantea al alumno la necesidad de colaborar con otros estudiantes como modelo pedagógico válido para su futuro profesional. Además de este enfoque cooperativo, la metodología docente de las distintas materias parte de un modelo de aprendizaje activo y participativo, utilizando en la praxis diaria el método de casos, los modelos de simulación y “role-play”, juegos de negocios etc. que permiten al alumno aplicar los conocimientos adquiridos en entornos que le serán familiares una vez producida su inserción laboral.

- *Una formación personal y técnica orientada a la integración laboral:*

Además de la formación de carácter más técnico, enfocada específicamente al dominio de los conocimientos necesarios para el desempeño de las labores propias de su futura profesión, el alumno del Grado en Comercio Internacional recibe una formación de carácter más personal. Como experto en el campo de los negocios internacionales, deberá igualmente desarrollar un sentido ético de la labor comercial, controlar sus habilidades emocionales y cultivar la capacidad de comunicarse y de adaptarse a otras culturas a través del conocimiento tanto de su propia realidad social y política, como de la realidad internacional. Todo lo aprendido a lo largo de los estudios se materializa en el último curso, cuando el alumno realiza voluntariamente periodos de prácticas en Empresas e instituciones nacionales e internacionales, lo que le permite conocer de primera mano el mercado profesional y aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera.

En definitiva, la presente memoria define, como hemos visto, las competencias y objetivos en el área de empresa de forma que reflejan la formación específica que alcanzará el alumno en el ámbito concreto del comercio internacional, pero incorporando a su vez competencias asociadas a la formación general en otras áreas de empresa, siempre necesarias desde la perspectiva de la internacionalización. De esta manera, el Grado prepara a los estudiantes para llevar a cabo la gestión internacional de la empresa y les ofrece los conocimientos, las técnicas, las habilidades y las conductas que configuran la cultura internacional de los negocios.

## 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES.

4.1. Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos accesibles de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la Universidad y a la titulación.

A) Vías y requisitos de acceso al título:

El acceso a la titulación de Grado en Comercio Internacional de la Universidad de León, es el reconocido oficialmente y regulado por ley. Concretamente, las vías de acceso son:

- Estar en posesión del título de bachiller o equivalente y haber superado las pruebas de acceso a la Universidad (Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril. Art.42)
- Titulados universitarios o equivalentes
- Procedencia de planes extinguidos
- Procedencia de otros sistemas educativos (Resolución de 30 de marzo de 2009, de la Secretaría de Estado de Universidades e Investigación por la que se dictan instrucciones para el acceso de extranjeros)
- Otras vías de acceso

Respecto a los estudiantes que proceden del bachillerato, el acceso puede ser desde las siguientes modalidades: Científica-Tecnológica, Ciencias de la Salud y Humanidades y Ciencias Sociales (Ciencias y Tecnología, Humanidades y Ciencias Sociales: Decreto 42/2008, de 5 de junio, por el que se establece el currículo de bachillerato en la Comunidad de Castilla y León. B.O.CyL, de 11 de junio).

No obstante, el perfil de acceso recomendado para el título propuesto es la modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales, habiendo cursado las materias de Economía, Economía de la Empresa y Matemáticas aplicadas a las ciencias sociales I y II. **El estudiante debe sentir interés por los aspectos relacionados con el funcionamiento de la economía, del comercio exterior, de la empresa y de la actuación de las entidades públicas o privadas que realizan su actividad en un contexto internacional. Debe tener facilidad para la interpretación de datos numéricos, capacidad de análisis y de síntesis aplicable a la información económica, facilidad de comprensión y abstracción, facilidad de expresión, pensamiento creativo, sociabilidad y una amplia visión del mundo y de sus interacciones sociales, políticas y culturales.**

B) Sistemas de información previa a la matriculación

B1.- Universidad de León

La Universidad de León realiza actividades de orientación específicas para la acogida de los estudiantes de nuevo ingreso:

- Información sobre las titulaciones en la web de la Universidad ([www.unileon.es/index.php?nodolD=15](http://www.unileon.es/index.php?nodolD=15)) y su actualización permanente
- Publicidad en los medios de información, de las titulaciones, así como de los eventos y actividades universitarias

- Reuniones de orientación con la participación de los orientadores de los centros de secundaria
- Contacto permanente con los centros de secundaria
- Reunión informativa de gestión y actualización de la normativa con la participación de los directores y jefes de estudio de los centros de secundaria
- Jornada de puertas abiertas
- Visitas a los centros que imparten bachillerato, informando sobre la Universidad en general y sobre la de León en particular
- Visitas a los centros en los que se imparte bachillerato, informando sobre las titulaciones
- Recepción de visitas a la Universidad de León de los centros de secundaria y bachillerato
- Participación en ferias educativas: EXPOUNIVERSIDAD, AULA, SALÓN DEL ESTUDIANTE, EXPOLACIANA, etc.
- Elaboración de materiales que se entregan en los centros de secundaria:

CD de la Universidad de León, boletines impresos individualizados por planes de estudio, video promocional de la ULE y folletos informativos sobre la Universidad ([www.unileon.es/ficheros/informacion\\_general/tepreparamos/unileon.pdf](http://www.unileon.es/ficheros/informacion_general/tepreparamos/unileon.pdf))

## B2.- Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León realiza, asimismo, actividades de orientación específicas para la acogida de los estudiantes que desean acceder a las titulaciones del centro:

- Información sobre las titulaciones en la web de la Facultad ([www.economicas.unileon.es](http://www.economicas.unileon.es)).
- Jornada de puertas abiertas, que se desarrolla de la siguiente forma: una charla informativa sobre las características de los títulos y de la Facultad en general, visita a las instalaciones de la Facultad y asistencia a alguna clase de materias del primer curso
- Visitas a los centros que imparten bachillerato, a petición de los mismos centros. Se realizan charlas informando sobre cada una de las titulaciones de la Facultad y se les proporciona material informativo (trípticos de las titulaciones)
- Participación en EXPOUNIVERSIDAD: La Facultad lleva participando en esta feria desde su comienzo, con un stand propio. Organizado por el Vicedecanato de Prácticas en Empresas y Relaciones Institucionales, participan profesores y alumnos, que informan a los potenciales alumnos, proporcionando material informativo y publicitario.
- Elaboración de material: Además del material elaborado por la Universidad de León, la Facultad dispone de material específico para la promoción de sus titulaciones (carpetas, bolígrafos, clips,...). En la actualidad se está trabajando en la elaboración de trípticos de las nuevas titulaciones de Grado, así como su inclusión en la página web de la Facultad.

## C) Sistemas de orientación a los estudiantes de nuevo ingreso

La Universidad de León proporciona a los alumnos de nuevo ingreso, en el sobre de matrícula, información sobre la Universidad en general y sobre el centro en particular.

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales incluye en el sobre de matrícula información más específica sobre el centro. Se ha proporcionado al alumno de nuevo ingreso la Guía Académica de cada titulación, posteriormente dicha guía se entregaba en un CD y en la actualidad se incluye información para el acceso a la página web de la Facultad explicando detalladamente el contenido de la misma.

Para orientar y ayudar al alumno de nuevo ingreso en el proceso de matrícula, existen alumnos en el centro, becados por la Universidad.

#### 4.2. Criterios de acceso y condiciones o pruebas de acceso especiales.

En la actualidad no existe y no se prevee ninguna prueba específica para el acceso a los estudios de Grado en Comercio Internacional de la Universidad de León

#### 4.3. Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados.

Con la finalidad de orientar y asesorar a los estudiantes que se matriculen en el Grado en Comercio Internacional de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León, se aplicaran tres sistemas, que ya se vienen utilizando:

##### A) Jornada de Acogida a los estudiantes de nuevo ingreso:

Desde hace cinco cursos académicos, desde el Vicerrectorado de Estudiantes se planifica una Jornada de Acogida dirigida a los alumnos de nuevo ingreso del primer curso que tiene lugar el primer día de comienzo del curso. El Vicerrectorado pone a disposición de los alumnos, por centro, material impreso en el que se incluye información sobre la Universidad (plano del campus, plan de acción tutorial, junta de estudiantes, unidad de apoyo a estudiantes con discapacidad,...).

En la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, la Jornada de Acogida se estructura de la forma siguiente:

- El Decanato convoca a los alumnos matriculados en primer curso, por escrito y de forma individualizada. En dicha convocatoria se indica el lugar de celebración (Aula) y el Programa que consta de tres apartados: Presentación del centro y las titulaciones; Presentación del cuadro de profesores de la titulación y directrices generales y Visita guiada a las instalaciones del centro
- El día de la Jornada se les entrega documentación impresa (carpeta, bolígrafo, programas de las asignaturas de primer curso y plano de la Facultad).
- Presentación del Centro y titulaciones:

El Decano/a presenta al equipo de Decanato y explica la estructura de la Facultad (Junta de Facultad, Comisiones, . . . .) y sus funciones

La Vicedecana/o de Asuntos Académicos expone las titulaciones que se imparten en el centro, el plan de estudios, el calendario escolar y de exámenes, el Plan de Acción Tutorial y todo aquello relacionado con la actividad académica

El Vicedecano de Prácticas en Empresas y Relaciones Institucionales y el

Vicedecano de Programas de Intercambio y Relaciones Internacionales

exponen las líneas generales de sus ámbitos

Se completa esta presentación con una intervención del alumno

Delegado de centro o bien de los alumnos de la delegación de la Facultad, que exponen las Actividades de los estudiantes y otras actividades complementarias (deportivas, radio universitaria, etc.)

- Presentación del cuadro de Profesores de la titulación
- Encuesta para conocer la opinión de los estudiantes sobre la Jornada de Acogida
- Visita guiada: se enseñan todas las instalaciones del centro: secretaría, conserjería, biblioteca, aulas, seminarios, etc.

#### B) Plan de Acción Tutorial (PAT):

Desde el curso 2002/2003 se inició en la Universidad de León el PLAN DE ACCIÓN TUTORIAL (PAT), con el objetivo de ofrecer a los estudiantes un servicio de orientación de forma institucional.

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales ha participado en el mismo desde el curso 2003/2004.

Los objetivos y el funcionamiento del mismo es el siguiente:

##### ➤ Objetivos generales:

- Establecer un sistema de información, orientación y seguimiento académico para los estudiantes del primer y segundo año de la Universidad de León y en cada una de las titulaciones de la ULE mediante la asignación de un profesor-tutor.
- Se podrá ofrecer este servicio durante el tercer año en aquellos centros cuya necesidad quede manifiesta al existir un número de estudiantes que lo soliciten y de tal forma que pueda ser asumido por los tutores de años anteriores.

##### ➤ Objetivos específicos:

- Facilitar la integración en el sistema universitario
- Facilitar información a los alumnos sobre aspectos académicos relacionados con: planes de estudio, horarios, calendario exámenes, otras actividades académicas, salidas profesionales, sistemas de trabajo, tiempo de estudio, etc.
- Orientar en la trayectoria curricular
- Informar sobre salidas profesionales
- Buscar mecanismos de apoyo y mejora para la comunicación entre los alumnos

##### ➤ Coordinación y Organización:

- La coordinación y la organización la realiza la Oficina de Evaluación y Calidad de la Universidad de León. Proporciona el apoyo técnico necesario y realiza los correspondientes estudios sobre el seguimiento del mismo.
- Existe un coordinador por centro; en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales es la Vicedecana de Asuntos Académicos.
- Actúan como tutores los profesores que, de forma voluntaria, se han ofrecido expresamente.

- A cada uno de los tutores se le asigna un número de estudiantes (nunca superior a 25) de primero y segundo curso de la titulación.

➤ Desarrollo:

- Los tutores celebrarán tres reuniones con el grupo asignado, realizando un informe general de cada sesión.
- Los tutores informarán sobre los horarios de tutoría y serán los que convoquen las sesiones.
- Los tutores se comprometerán a mantener la confidencialidad sobre la información que se tiene de cada estudiante y de los temas tratados con ellos.
- La primera sesión, denominada “toma de contacto” el tutor presenta el plan de estudios de la titulación, proporcionando ayuda al estudiante sobre asignaturas optativas y orientación sobre todo tipo de cuestiones administrativas. En esta misma sesión se familiariza con los estudiantes, presentando la correspondiente ayuda en el caso de que surjan dificultades para su adaptación al centro.
- En la segunda sesión se realiza un seguimiento de los estudiantes, obteniendo información sobre su experiencia en el centro, teniendo en cuenta su adaptación, posibles dificultades y decisiones académicas. En esta sesión se dirige a los alumnos respecto a las posibilidades formativas de la Universidad, así como de otro tipo de actividades, como deportes, cursos instrumentales, etc.
- La tercera sesión se dedica a realizar un balance general del curso y en ella se ofrece orientación sobre el futuro profesional.

El Plan de Acción Tutorial tiene los correspondientes sistemas de valoración, a través de informes individuales y colectivos de los tutores, así como de cuestionarios de opinión dirigidos a los alumnos, tanto de las actividades como del programa en su conjunto. Estas valoraciones, realizadas para cursos anteriores, se pueden consultar en el Vicerrectorado de Calidad (<http://www3.unileon.es/rec/calidad/pat/index.html>).

C) Otras Actividades:

- La Facultad realiza a lo largo del curso sesiones informativas sobre Prácticas en Empresas y sobre Programas de Intercambio nacionales e internacionales
- En la página web de la Universidad existe información dirigida al estudiante (<http://www.unileon.es/index.php?nodoID=20>)
- En la Universidad existe un servicio denominado Observatorio Ocupacional, que dispone de información, orientación y formación para el empleo dirigida al estudiante ([www.obs-ocupacional.unileon.es](http://www.obs-ocupacional.unileon.es))

#### 4.4.- Transferencia y reconocimiento de créditos

En el Real Decreto 1393/2007, de 29 octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales se declara que *“uno de los objetivos fundamentales de esta organización de las enseñanzas es fomentar la movilidad de los estudiantes, tanto dentro de Europa, como con otras partes del mundo, y sobre todo la movilidad entre las distintas universidades españolas y dentro de una misma universidad. En este contexto resulta imprescindible apostar por un sistema de*

*reconocimiento y acumulación de créditos, en el que los créditos cursados en otra universidad serán reconocidos e incorporados al expediente del estudiante"*

En el Anexo 1 (apartado 4.4) de la citada norma, se obliga a las universidades a presentar un sistema de transferencia y reconocimiento de créditos que sea compatible con el Artículo 13. A los efectos de esta norma, se entiende por reconocimiento la aceptación por una universidad de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en la misma u otra universidad, son computados en otras distintas a efectos de la obtención de un título oficial. Por su parte, la transferencia de créditos implica que, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, se incluirán la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

En cumplimiento de la normativa vigente, la Universidad de León, ha aprobado (salvo el punto 4.6) en Consejo de Gobierno, en su sesión de 22 de abril de 2008, la siguiente normativa sobre *Reconocimiento y transferencia de créditos*:

#### 1. Normativa aplicable:

- Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

- Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

- Acuerdo de Consejo de Gobierno de la ULE de 7/2/2005: "las calificaciones de todos los alumnos que realicen sus estudios en la ULE, a partir del curso académico 2005-06, constarán de un número con expresión de un decimal, seguido de la correspondiente calificación cualitativa."

#### 2. Ámbito de aplicación:

La presente normativa es de aplicación a los estudios realizados conforme al Real Decreto 1393/2007.

#### 3. Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos:

##### 3.1. Comisión de Reconocimiento de Créditos de la Universidad

##### 3.1.1. Composición:

- Presidente - Vicerrector competente en materia de ordenación académica
- Secretario – Funcionario administrativo responsable de la coordinación de centros
- Vocales: Presidente o suplente de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de cada Centro de la Universidad de León
- Presidente de la Comisión de Estudios de Posgrado

### 3.1.2. Funciones:

- Aprobar el reconocimiento de créditos de módulos, materias, asignaturas y otras actividades formativas de las titulaciones oficiales de la Universidad de León.
- Solicitar cuanta información adicional se tenga por conveniente, a fin de elevar al Rector la propuesta pertinente en materia de reconocimiento de créditos.
- Comunicar a los Centros, a la Unidad de Estudios de Posgrado, y a los interesados, el resultado de los expedientes de reconocimiento de créditos.

## 3.2. Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Centros y de Posgrado

### 3.2.1. Composición de las Comisiones de Reconocimiento de Créditos para las enseñanzas de Grado:

En cada Facultad y Escuela se constituirá una Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos, encargada de emitir dictamen sobre las solicitudes, previo informe, si fuera necesario, de los profesores responsables de cada uno de los módulos, materias, asignaturas o actividades formativas correspondientes a los títulos de graduado. La Comisión estará integrada por cuatro profesores vocales, elegidos por la Junta de Centro, y el Decano o Director, o el Vicedecano o Subdirector en quien delegue, que actuará como presidente.

3.2.2. La Comisión encargada de proponer el reconocimiento y transferencia de créditos en los estudios de Máster y Doctorado realizados conforme al Real decreto 1393/2007, será la Comisión de Estudios de Posgrado.

3.2.3. Las funciones de las comisiones descritas en el apartado 3.2.1 y 3.2.2 son:

- Proponer a la Comisión de Reconocimiento de Créditos de la Universidad, el reconocimiento de créditos en las titulaciones oficiales de la Universidad de León que en cada caso corresponda.
- Recabar la información necesaria para la adecuada valoración del reconocimiento y transferencia de créditos de los expedientes que sean tramitados, y remitirla a la Comisión de Reconocimiento de Créditos de la Universidad.

## 4. Reconocimiento:

Se entiende por reconocimiento de créditos, la aceptación por una universidad de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en la misma u otra universidad, son computados a efectos de la obtención de un título oficial. (Art. 6 del Real Decreto 1393/2007)

Los reconocimientos de créditos serán resueltos por el Rector a propuesta de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la Universidad y habrán de ajustarse a los siguientes requisitos:

4.1. Las solicitudes de reconocimiento se ajustarán al modelo oficial habilitado al efecto. En los casos de las enseñanzas universitarias de grado se presentarán en la administración del centro donde se matricule, y en los casos de las enseñanzas universitarias de máster y doctorado se presentarán en la unidad de Estudios de Posgrado. En ambos supuestos, el plazo de presentación de solicitudes se establecerá en la normativa de matrícula de cada curso académico.

4.2. Los estudiantes que deseen solicitar el reconocimiento deberán matricularse previamente, al menos, de los créditos para los que solicite el reconocimiento.

4.3. Para iniciar cualquier procedimiento de reconocimiento de estudios, es necesario que los estudiantes presenten la siguiente documentación:

4.3.1. Solicitud de reconocimiento debidamente cumplimentada.

4.3.2. Certificación académica personal en modelo original, o bien fotocopia compulsada de la misma, o bien original y copia simple de dicha certificación para su cotejo, en la que figuren los módulos, materias, asignaturas y otras actividades formativas, superados con su número de créditos y calificación, que se pretendan utilizar para el reconocimiento. No será necesario presentar dicha certificación cuando los créditos objeto de reconocimiento hayan sido superados en la Universidad de León pues este documento se aportará de oficio por el Centro correspondiente o por la Unidad de Posgrado.

4.3.3. Los programas, y, en su caso, documentación acreditativa de los contenidos, conocimientos y competencias, de los módulos, materias, asignaturas y otras actividades formativas, superados que se utilicen para el reconocimiento, debidamente sellados por el Centro de procedencia y correspondientes al curso académico en que fueron aprobados. No será necesario presentar dichos documentos para el reconocimiento de aquellos créditos incluidos en la tabla de reconocimientos automáticos de créditos de la Universidad de León, o que formen parte de los planes de estudios de otra titulación del mismo Centro, o cuando se trate de reconocimiento de créditos de otro máster de la Universidad de León.

4.3.4. Tanto la certificación académica personal como los programas han de presentarse en castellano. Si dichos documentos procedieran de Comunidades Autónomas en las que el idioma castellano es cooficial con otra lengua, podrán presentarse de forma bilingüe (castellano y el idioma propio de la Comunidad Autónoma). Si dichos documentos proceden del extranjero han de ajustarse a lo previsto en el Anexo de esta normativa.

4.3.5. Las comisiones de reconocimiento y transferencia de créditos de los centros, podrán aceptar la documentación anterior en otros idiomas, si esta permite una comprensión suficiente para realizar con garantías el reconocimiento, y, siempre y cuando se hayan hechos públicos previamente dichos idiomas.

4.3.6. En los casos de titulaciones obtenidas en el extranjero, deberán presentar certificación del Ministerio de Educación y Ciencia acreditativa de que el interesado no haya solicitado homologación por un título universitario oficial español, o en caso de denegación de la misma que no haya sido fundada en alguna de las causas de exclusión recogidas en el artículo 5 del R.D. 285/2004, de 20 de febrero, por el que se regulan las condiciones de homologación y convalidación de título y estudios extranjeros de educación superior.

4.4. Los créditos reconocidos tendrán la misma calificación o en su caso la equivalente que tengan las asignaturas, módulos, materias y otras actividades formativas cursadas. Para obtener una calificación de una asignatura, módulo, materia o actividad formativa, compuesta por créditos con distintas calificaciones, se hará una suma ponderada por créditos, es decir, se multiplicarán dichas calificaciones por los créditos que les correspondan y que sean usados para el reconocimiento, se sumarán los productos de cada calificación por sus créditos, y se dividirán por la suma total de créditos a reconocer. La calificación obtenida tendrá un solo decimal, redondeándose a la baja si el segundo decimal es inferior a 5 y al alza si

el segundo decimal es 5 ó superior. Este criterio también se utilizará si la nota de origen tiene 2 ó más decimales. Si el certificado que aporta el estudiante solo contempla calificación cualitativa, se asignará a ésta la numérica que corresponda: APROBADO: 6, NOTABLE: 8 SOBRESALIENTE: 9,5 y MATRICULA DE HONOR: 10

4.5. Los créditos cursados y superados por los estudiantes podrán utilizarse más de una vez para su reconocimiento, sin embargo, los que figuren en el expediente del estudiante como "reconocidos", no pueden ser utilizados para obtener reconocimiento de créditos en otras asignaturas o materias.

4.6. En relación a los títulos de graduado que se utilicen para acceder a unos estudios de máster, existe normativa que hace referencia, en términos generales, al hecho de que no es posible extraer créditos para su reconocimiento en dicho máster, aunque excediesen de los mínimos necesarios exigidos para obtener dicho título

4.7. Los créditos reconocidos se considerarán conducentes a la obtención del título, y, por tanto, se incluirán en los documentos académicos como tales.

4.8. Serán objeto de reconocimiento:

4.8.1. Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, los créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.

4.8.2. Los créditos correspondientes a aquellas otras materias de formación básica cursadas pertenecientes a la rama de destino.

4.8.3. Los créditos de asignaturas, módulos, materias ó actividades formativas cuyas competencias, conocimientos y carga crediticia sean equivalentes (Entendiendo por equivalentes la coincidencia de, al menos, un 75% de las competencias, conocimientos y carga crediticia)

4.8.4. Los créditos de asignaturas de Planes de Estudio aprobados conforme a normas anteriores al Real Decreto 1393/2007, a las que sea aplicable el cuadro de reconocimiento del título que figure en el plan de estudios de la titulación en la que esté matriculado el estudiante.

4.8.5. Los créditos de asignaturas de Planes de Estudio, incluidas las cursadas como de libre elección curricular, realizados conforme a normas anteriores al Real Decreto 1393/2007, cuyo contenido y carga lectiva sean equivalentes (entendiendo por equivalentes la coincidencia de, al menos, un 75% en contenido y carga lectiva).

## 5. Reconocimiento de Actividades Universitarias y Libre Elección Curricular

5.1. Serán también objeto de reconocimiento:

5.1.1. Los créditos obtenidos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, hasta un máximo de 6 créditos del total del plan de estudios cursado, conforme establece el artículo 12, apartado 8, del Real Decreto 1393/2007.

5.1.2. Los créditos de libre elección curricular reconocidos en base a la normativa anterior a la entrada en vigor el RD 1393/2007, hasta completar un máximo de 6 créditos del total de créditos previsto en el plan de estudios. Los estudiantes que acrediten dicha situación no podrán utilizar la posibilidad arbitrada en el punto 5.1.1.

5.1.3. Tanto los créditos obtenidos en base a lo previsto en el punto 5.1.1., o en su caso, los reconocidos en base a lo previsto en el punto 5.1.2. no llevarán calificación.

5.1.4. El procedimiento de reconocimiento de créditos de libre elección se desarrollará en la normativa específica correspondiente.

## 6. Reconocimiento de créditos de prácticas externas:

Serán también objeto de reconocimiento las prácticas externas que formen parte de títulos universitarios oficiales con las siguientes condiciones:

6.1. Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, los créditos correspondientes a las prácticas externas de dicha rama, hasta el máximo que prevea por dicho concepto el plan de estudios del título al que se accede.

6.2. Los créditos de prácticas externas de otras ramas de conocimiento y títulos extranjeros, cuando dichas prácticas se consideren adecuadas para la formación pretendida en el título al que se accede por la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos. El número de créditos reconocidos será, como máximo, el que prevea por dicho concepto el plan de estudios del título al que se accede.

6.3. Para el reconocimiento de créditos por prácticas externas los estudiantes deberán presentar la documentación acreditativa de la actividad realizada en dichas prácticas, su duración, el número de créditos y en su caso, los conocimientos y competencias adquiridos, debidamente sellados por el Centro de procedencia.

## 7. Ciclos superiores de formación profesional:

7.1. La Comisión de Reconocimiento de Créditos de la Universidad aprobará tablas de reconocimiento de créditos entre los estudios de formación profesional de grado superior y los estudios universitarios. Dichas tablas se incluyen en el anexo.

7.2. Las tablas deberán identificar los módulos cursados y los créditos de las actividades formativas a reconocer, salvo en el caso del reconocimiento de créditos de actividades universitarias, que podrán

realizarse de forma genérica, y serán aprobados por la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la Universidad a propuesta de la Comisiones de los Centros.

7.3. Sólo podrá reconocerse créditos para aquellos estudiantes que hayan obtenido el título de técnico superior correspondiente.

## 8. Transferencia:

8.1. La transferencia de créditos implica que, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, se incluirá la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial (Art. 6 del Real Decreto 1393/2007).

8.2. Los estudiantes que se matriculen por primera vez en la Universidad de León deberán presentar la documentación que para cada caso se requiera en las normas de matrícula de cada año.

8.3. La certificación académica personal ha de presentarse en castellano Si dicha certificación procediera de Comunidades Autónomas en las que el idioma castellano es cooficial con otra lengua, podrá presentarse de forma bilingüe (castellano y el idioma propio de la Comunidad Autónoma).

## 9. Tramitación de los expedientes:

9.1. Como norma general, la Comisión de Reconocimiento de Créditos no admitirá a tramite los expedientes de graduado o de máster que no obren en poder de la Secretaría de la misma con antelación suficiente, así como los expedientes cuyo vocal o representante, debidamente acreditado, no esté presente en la correspondiente reunión. Podrá nombrarse en cada Centro, vocal y suplente y en casos de ausencia de ambos podrá asistir un representante debidamente acreditado.

## 10. Programas de intercambio:

Para el reconocimiento académico de los estudios realizados en el marco de los Programas interuniversitarios de intercambio, firmados por la Universidad de León, se estará a lo dispuesto en la vigente normativa interna de la ULE para reconocimiento de estudios de los estudiantes acogidos a programas de intercambio, aprobada por Acuerdo de Consejo de Gobierno de 20-12-04. En consecuencia, la Comisión de Reconocimiento de Créditos no tendrá atribuciones ni competencias al efecto.

11. Precios Públicos:

Se aplicarán los precios públicos que se prevean en los Decretos de Precios Públicos de la Junta de Castilla y León para cada curso académico y en la normativa que los desarrolle.

12. Normas de matrícula:

En las normas de matrícula de cada curso académico se incluirá la normativa interna sobre reconocimiento y transferencia de créditos.

13. Entrada en vigor:

Esta normativa entrará en vigor con la matrícula del curso académico 2008/2009.

## 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS.

Las competencias descritas en el apartado 3 de esta memoria para los graduados en Comercio Internacional se obtienen mediante la combinación de un conjunto de módulos, que incluyen materias de carácter básico en el ámbito económico, de carácter específico en el campo comercial, y de carácter instrumental; y que junto con las prácticas externas en empresas y el Trabajo Fin de Grado configuran el plan de estudios que a continuación se describe.

### 5.1.- Estructura de las enseñanzas

Atendiendo a las competencias ya especificadas para los graduados/as en Comercio Internacional, la planificación de la formación de dicho título se estructura en módulos, materias y asignaturas, cuyo desarrollo se especifica en los siguientes epígrafes.

La definición de los módulos utilizada, acorde con la distribución de contenidos formativos, es la siguiente:

Módulo 1. Marketing

Módulo 2. Métodos Cuantitativos

Módulo 3. Análisis y Entorno Económico

Módulo 4. Marco Jurídico

Módulo 5. Contabilidad

Módulo 6. Organización y Dirección

Módulo 7. Finanzas

Módulo 8. Informática

Módulo 9. Idiomas

Además de estos módulos se han establecido otros tres módulos específicos para recoger el Trabajo fin de grado y la oferta de formación optativa:

Módulo 10: Asignaturas Optativas

Módulo 11: Trabajo Fin de Grado

Módulo 12: Prácticas en empresa

En este título de Grado se incluye la realización de un Trabajo Fin de Grado (Módulo 11) con carácter obligatorio para el alumno y que supone un total de 12 créditos ECTS. Adicionalmente, se plantea la posibilidad de realizar de forma optativa Prácticas Externas (Módulo12) equivalentes a 18 créditos ECTS, pero no de forma obligatoria. Los alumnos que no realicen las prácticas deberán cursar tres asignaturas optativas de 6 créditos ECTS cada una que otorguen competencias similares a la realización de prácticas y que han sido agrupadas junto con el resto de optativas en el Módulo 10.

El mecanismo de coordinación docente horizontal y vertical se articula a través del nombramiento de un coordinador por curso y de reuniones periódicas entre los coordinadores de cada curso y el coordinador del título.

A) Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia

Tabla 5.1. Tipos de materias

TIPO DE MATERIA	Créditos ECTS	
Formación Básica	60	
Obligatorias	138	
Optativas	12	30
Prácticas externas	18	0
Trabajo fin de Grado	12	
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	

B) Estructura de la Formación Básica

Tabla 5.2. Formación Básica según la Rama de Conocimiento (R.D. 1393/2007)

Plan de Estudios				Según Anexo II R.D.		
Módulo	Asignaturas	Curso	Semestre	Rama	Créditos	Materia
Finanzas	Gestión Financiera	1º	2S	Ciencias Sociales y Jurídicas	6	Empresa
Métodos Cuantitativos	Matemáticas aplicadas a la empresa	1º	1S	Ingeniería y Arquitectura	6	Matemáticas
	Estadística I	1º	2S	Ciencias Sociales y Jurídicas	6	Estadística
Contabilidad	Contabilidad Financiera	1º	1S	Ciencias Sociales y Jurídicas	6	Empresa
Organización de Empresas	Fundamentos de Administración de Empresas	1º	1S	Ciencias Sociales y Jurídicas	6	Empresa
Análisis y Entorno Económico	Macroeconomía	1º	1S	Ciencias Sociales y Jurídicas	6	Economía
	Microeconomía	1º	2S	Ciencias Sociales y Jurídicas	6	Economía
Marco Jurídico	Régimen Jurídico del mercado	1º	2S	Ciencias Sociales y Jurídicas	6	Derecho
Informática	Informática aplicada a la empresa	1º	2S	Ingeniería y Arquitectura	6	Informática
Idiomas	Inglés I	1º	1S	Artes y Humanidades	6	Idioma Moderno
<b>TOTAL ECTS POR RAMA</b>				<b>Ciencias Sociales y Jurídicas</b>	<b>42</b>	
				<b>Ingeniería y Arquitectura</b>	<b>12</b>	
				<b>Artes y Humanidades</b>	<b>6</b>	
<b>TOTAL ECTS FORMACIÓN BÁSICA</b>					<b>60</b>	

C) Explicación general de la planificación del plan de estudios

Las características generales de la propuesta de Grado en Comercio Internacional son las siguientes:

- La duración del Grado es de cuatro años
- Los módulos son 12 y se detallarán posteriormente
- Cada módulo se estructura en materias y éstas en asignaturas
- Las asignaturas son todas semestrales y de 6 créditos ECTS
- El Trabajo Fin de Grado se realizará en el cuarto curso
- Las materias optativas se plantean para cursarlas en los cursos tercero y cuarto

Estructura del plan de estudios por módulos:

En las tablas siguientes se presenta un resumen de la estructura de cada uno de los módulos, en el que se incluyen las materias, asignaturas, carácter, rama, número de créditos, el curso y el semestre:

**Tabla 5.2. Estructura de las enseñanzas del Módulo 1**

**MÓDULO 1. MARKETING (36 ECTS)**

MATERIAS		ASIGNATURAS	TOTAL ECTS	ECTS BÁSICA	ECTS OBLIGATORIOS	CARÁCTER	CURSO / SEMESTRE
1	<b>Marketing</b>	Marketing Internacional	6		6	Obligatoria	2º/1
		Marketing Cross-cultural	6		6	Obligatoria	4º/1
2	<b>Marketing Operativo</b>	Dirección de ventas y Gestión de precios	6		6	Obligatoria	2º/2
		Logística y Gestión de canales de comercialización	6		6	Obligatoria	3º/1
		Gestión del comercio internacional y electrónico	6		6	Obligatoria	4º/1
3	<b>Investigación de Mercados</b>	Investigación de mercados internacionales	6		6	Obligatoria	3º/1
<b>Total ECTS</b>			<b>36</b>		<b>36</b>		

**Tabla 5.3. Estructura de las enseñanzas del Módulo 2**

**MÓDULO 2. MÉTODOS CUANTITATIVOS (18 ECTS)**

MATERIAS		ASIGNATURAS	TOTAL ECTS	ECTS BÁSICA	ECTS OBLIGATORIOS	CARÁCTER	CURSO / SEMESTRE
1	<b>Matemáticas</b>	Matemáticas aplicadas a la empresa	6	6		Básica	1º/1
2	<b>Estadística</b>	Estadística I	6	6		Básica	1º/2
		Estadística II	6		6	Obligatoria	2º/2
<b>Total ECTS</b>			<b>18</b>	<b>12</b>	<b>6</b>		

**Tabla 5.4. Estructura de las enseñanzas del Módulo 3**

**MÓDULO 3. ANALISIS Y ENTORNO ECONOMICO (24 ECTS)**

MATERIAS		ASIGNATURAS	TOTAL ECTS	ECTS BÁSICA	ECTS OBLIGATORIOS	CARÁCTER	CURSO / SEMESTRE
1	<b>Análisis Económico</b>	Microeconomía	6	6		Básico	1º/2
		Macroeconomía	6	6		Básico	1º/1
2	<b>Economía Aplicada</b>	Teoría y Política del Comercio Internacional	6		6	Obligatoria	2º/1
		Economía e Integración Europea	6		6	Obligatoria	3º/1
<b>Total ECTS</b>			<b>24</b>	<b>12</b>	<b>12</b>		

**Tabla 5.5. Estructura de las enseñanzas del Módulo 4**

**MÓDULO 4. MARCO JURIDICO (24 ECTS)**

MATERIAS		ASIGNATURAS	TOTAL ECTS	ECTS BÁSICA	ECTS OBLIGATORIOS	CARÁCTER	CURSO / SEMESTRE
1	<b>Régimen Jurídico del Mercado</b>	Régimen Jurídico del Mercado	6	6		Básica	1º/2
2	<b>Derecho de los Negocios Internacionales</b>	Derecho de los Negocios internacionales	6		6	Obligatoria	2º/1
3	<b>Régimen Jurídico nacional e internacional del Derecho del Trabajo</b>	Régimen Jurídico nacional e internacional del Derecho del Trabajo	6		6	Obligatoria	2º/2
4	<b>Fiscalidad de la empresa</b>	Fiscalidad nacional e internacional de la empresa	6		6	Obligatoria	4º/1
<b>Total ECTS</b>			<b>24</b>	<b>6</b>	<b>18</b>		

**Tabla 5.6. Estructura de las enseñanzas del Módulo 5**

**MÓDULO 5. CONTABILIDAD (18 ECTS)**

MATERIAS		ASIGNATURAS	TOTAL ECTS	ECTS BÁSICA	ECTS OBLIGATORIOS	CARÁCTER	CURSO / SEMESTRE
1	<b>Contabilidad</b>	Contabilidad Financiera	6	6		Básica	1º/1
		Normas Internacionales de Contabilidad	6		6	Obligatoria	2º/1
2	<b>Análisis de Estados Financieros</b>	Análisis de Estados Financieros	6		6	Obligatoria	3º/2
<b>Total ECTS</b>			<b>18</b>	<b>6</b>	<b>12</b>		

**Tabla 5.7. Estructura de las enseñanzas del Módulo 6**

**MÓDULO 6. ORGANIZACIÓN Y DIRECCION (18 ECTS)**

MATERIAS		ASIGNATURAS	TOTAL ECTS	ECTS BÁSICA	ECTS OBLIGATORIOS	CARÁCTER	CURSO / SEMESTRE
1	<b>Organización y Dirección de Empresas</b>	Fundamentos de Administración de Empresas	6	6		Básica	1º/1
		Dirección de Recursos Humanos	6		6	Obligatoria	2º/2
		Dirección Internacional de la Empresa	6		6	Obligatoria	3º/2
<b>Total ECTS</b>			<b>18</b>	<b>6</b>	<b>12</b>		

**Tabla 5.8. Estructura de las enseñanzas del Módulo 7**

**MÓDULO 7. FINANZAS (12 ECTS)**

MATERIAS		ASIGNATURAS	TOTAL ECTS	ECTS BÁSICA	ECTS OBLIGATORIOS	CARÁCTER	CURSO / SEMESTRE
1	<b>Gestión Financiera</b>	Gestión Financiera	6	6		Básica	1º/2
2	<b>Finanzas Internacionales</b>	Finanzas Internacionales I	6		6	Obligatoria	3º/2
<b>Total ECTS</b>			<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>		

**Tabla 5.9. Estructura de las enseñanzas del Módulo 8**

**MÓDULO 8. INFORMÁTICA (6 ECTS)**

MATERIAS		ASIGNATURAS	TOTAL ECTS	ECTS BÁSICA	ECTS OBLIGATORIOS	CARÁCTER	CURSO / SEMESTRE
1	<b>Informática</b>	Informática Aplicada a la Empresa	6	6		Básica	1º/2
<b>Total ECTS</b>			<b>6</b>	<b>6</b>			

**Tabla 5.9. Estructura de las enseñanzas del Módulo 9**

**MÓDULO 9. IDIOMAS (42 ECTS)**

MATERIAS		ASIGNATURAS	TOTAL ECTS	ECTS BÁSICA	ECTS OBLIGATORIOS	CARÁCTER	CURSO / SEMESTRE
1	Inglés	Inglés I	6	6		Básico	1º/1
		Inglés II	6		6	Obligatoria	2º/1
		Inglés III	6		6	Obligatoria	3º/1
		Inglés IV	6		6	Obligatoria	4º/1
2	Francés	Francés I	6		6	Obligatoria	2º/2
		Francés II	6		6	Obligatoria	3º/2
		Francés III	6		6	Obligatoria	4º/1
<b>Total ECTS</b>			<b>42</b>	<b>6</b>	<b>36</b>		

**Tabla 5.10. Estructura de las enseñanzas de los Módulos 10-12**

**MÓDULOS 10-12.**

		Materias	ECTS	CARÁCTER	CURSO	SEMESTRE
	<b>Módulo 10 OPTATIVAS (30 ECTS)</b>	Optativa 1	6	Optativa	3º	1S
		Optativa 2	6	Optativa	3º	2S
		Optativa 3	6	Optativa	4º	2S
		Optativa 4	6	Optativa	4º	2S
		Optativa 5	6	Optativa	4º	2S
		Se podrán reconocer hasta un máximo de 6 ECTS del <b>Módulo 12: Optativas</b> , a los estudiantes que acrediten su participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación				
	<b>Módulo 11 TRABAJO FIN DE GRADO</b>	Trabajo Fin de Grado	12	Obligatorio	4º	
	<b>Módulo 12 PRÁCTICAS EN EMPRESA</b>	Prácticas en Empresa	18	Optativas	4º	

**Estructura del plan de estudios por cursos:**

**Tabla 5.11.- Estructura del Plan de Estudios que se propone**

<b>Relación de Asignaturas y Distribución por Cursos, del Título de Graduado/a en Comercio Internacional por la Universidad de León</b>				
<b>Curso 1º</b>				
<b>Curso</b>	<b>Denominación Asignaturas</b>	<b>Carácter</b>	<b>ECTS</b>	<b>Semestre</b>
1º	Contabilidad Financiera	Básica	6	Primero
1º	Macroeconomía	Básica	6	Primero
1º	Fundamentos de administración de empresas	Básica	6	Primero
1º	Inglés I	Básica	6	Primero
1º	Matemáticas aplicadas a la empresa	Básica	6	Primero
<b>Total ECTS Primer Semestre</b>			<b>30</b>	
1º	Régimen Jurídico del Mercado	Básica	6	Segundo
1º	Microeconomía	Básica	6	Segundo
1º	Estadística I	Básica	6	Segundo
1º	Gestión Financiera	Básica	6	Segundo
1º	Informática aplicada a la Empresa	Básica	6	Segundo
<b>Total ECTS Segundo Semestre</b>			<b>30</b>	
<b>Total ECTS Primer Curso</b>			<b>60</b>	

<b>Relación de Asignaturas y Distribución por Cursos, del Título de Graduado/a en Comercio Internacional por la Universidad de León</b>				
<b>Curso 2º</b>				
<b>Curso</b>	<b>Denominación Asignaturas</b>	<b>Carácter</b>	<b>ECTS</b>	<b>Semestre</b>
2º	Derecho de los Negocios Internacionales	Obligatoria	6	Primero
2º	Teoría y Política del Comercio Internacional	Obligatoria	6	Primero
2º	Marketing Internacional	Obligatoria	6	Primero
2º	Normas Internacionales de Contabilidad	Obligatoria	6	Primero
2º	Inglés 2	Obligatoria	6	Primero
<b>Total ECTS Primer Semestre</b>			<b>30</b>	
2º	Dirección de Recursos Humanos	Obligatoria	6	Segundo
2º	Régimen Jurídico Nacional e Internacional del Derecho del Trabajo	Obligatoria	6	Segundo
2º	Dirección de ventas y Gestión de precios	Obligatoria	6	Segundo
2º	Estadística II	Obligatoria	6	Segundo
2º	Francés I	Obligatoria	6	Segundo
<b>Total ECTS Segundo Semestre</b>			<b>30</b>	
<b>Total ECTS Segundo Curso</b>			<b>60</b>	

Relación de Asignaturas y Distribución por Cursos, del Título de Graduado/a en Comercio Internacional por la Universidad de León				
Curso 3º				
Curso	Denominación Asignaturas	Carácter	ECTS	Semestre
3º	Investigación de Mercados Internacionales	Obligatoria	6	Primero
3º	Inglés 3	Obligatoria	6	Primero
3º	Francés 2	Obligatoria	6	Primero
3º	Optativa 1	Obligatoria	6	Primero
3º	Optativa 2	Obligatoria	6	Primero
<b>Total ECTS Primer Semestre</b>			<b>30</b>	
3º	Finanzas Internacionales I	Obligatoria	6	Segundo
3º	Análisis de Estados Financieros	Obligatoria	6	Segundo
3º	Dirección Internacional de la Empresa	Obligatoria	6	Segundo
3º	Economía e Integración europea	Obligatoria	6	Segundo
3º	Logística y Gestión de canales de comercialización I	Obligatoria	6	Segundo
<b>Total ECTS Segundo Semestre</b>			<b>30</b>	
<b>Total ECTS Tercer Curso</b>			<b>60</b>	

Relación de Asignaturas y Distribución por Cursos, del Título de Graduado/a en Comercio Internacional por la Universidad de León				
Curso 4º				
Curso	Denominación Asignaturas	Carácter	ECTS	Semestre
4º	Gestión del comercio internacional y electrónico	Obligatoria	6	Primero
4º	Marketing cross-cultural	Obligatoria	6	Primero
4º	Fiscalidad nacional e internacional de la empresa	Obligatoria	6	Primero
4º	Inglés 4	Obligatoria	6	Primero
4º	Francés 3	Obligatoria	6	Primero
<b>Total ECTS Primer Semestre</b>			<b>30</b>	
4º	Optativa 3	Obligatoria	6	Segundo
4º	Optativa 4	Obligatoria	6	Segundo
4º	Optativa 5	Obligatoria	6	Segundo
4º	Trabajo Fin de Grado	Obligatoria	12	Segundo
4º	Prácticas en empresa***			
<b>Total ECTS Segundo Semestre</b>			<b>30</b>	
<b>Total ECTS Cuarto Curso</b>			<b>60</b>	

Nº	Módulo	ECTS	Materias	Asignaturas	Créditos	Carácter	Curso	Semestre
1	Marketing	36	Marketing	Marketing Internacional	6	OB	1º	1S
				Marketing Cross-cultural	6	OB	4º	1S
			Marketing Operativo	Dirección de ventas y Gestión de precios	6	OB	2º	2S
				Logística y Gestión de canales de comercialización	6	OB	3º	2S
				Gestión del comercio internacional y electrónico	6	OB	4º	1S
Investigación de Mercados	Investigación de mercados internacionales	6	OB	3º	1S			
2	Métodos Cuantitativos	18	Matemáticas	Matemáticas aplicadas a la empresa	6	FB	1º	1S
				Estadística	Estadística I	6	FB	1º
			Estadística II		6	OB	2º	2S
3	Análisis y Entorno Económico	24	Análisis Económico	Microeconomía	6	FB	1º	2S
				Macroeconomía	6	FB	1º	1S
			Economía Aplicada	Teoría y Política del Comercio Internacional	6	OB	2º	1S
				Economía e Integración Europea	6	OB	3º	2S
4	Marco Jurídico	24	Régimen Jurídico del Mercado	Régimen Jurídico del Mercado	6	FB	1º	2S
			Derecho de los Negocios Internacionales	Derecho de los Negocios internacionales	6	OB	2º	1S
			Régimen jurídico nacional e internacional del Derecho del Trabajo	Régimen Jurídico nacional e internacional del Derecho del Trabajo	6	OB	2º	2S
			Fiscalidad Empresarial	Fiscalidad nacional e internacional de la empresa	6	OB	4º	1S
5	Contabilidad	18	Contabilidad	Contabilidad Financiera	6	FB	1º	1S
				Normas Internacionales de Contabilidad	6	OB	2º	1S
			Análisis de Estados Financieros	Análisis de Estados Financieros	6	OB	3º	2S
6	Organización y Dirección	18	Organización y Dirección de Empresas	Fundamentos de Administración de Empresas	6	FB	1º	1S
				Dirección Internacional de Recursos Humanos	6	OB	2º	2S
				Dirección Internacional de la Empresa	6	OB	3º	1S
7	Finanzas	12	Gestión Financiera	Gestión Financiera	6	FB	1º	2S
			Finanzas Internacionales	Finanzas Internacionales I	6	OB	3º	2S
8	Informática	6	Informática	Informática Aplicada a la Empresa	6	FB	1º	2S
9	Idiomas	42	Inglés	Inglés I	6	FB	1º	1S
				Inglés II	6	OB	2º	1S
				Inglés III	6	OB	3º	1S
				Inglés IV	6	OB	4º	1S
			Francés	Francés I	6	OB	2º	2S
				Francés II	6	OB	3º	1S
				Francés III	6	OB	4º	1S
10	Optativas	30			30	OP	3º y 4º	2S
11	Trabajo Fin de Grado	12			12	OB	4º	2S
12	Prácticas en Empresa***	18			18	OP	4º	2S

\*\*\* En este título de Grado se plantea la posibilidad de realizar prácticas externas equivalentes a 18 créditos ECTS, pero no de forma obligatoria. Los alumnos que no realicen las prácticas deberán cursar tres materias optativas de 6 ECTS cada una, con competencias similares a la realización de prácticas.

## 5.2.- Planificación y gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida

### 5.2.1.- La movilidad de estudiantes en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Los intercambios de alumnos y profesores de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales con otras Universidades se canalizan a través de la participación en los distintos programas de movilidad existentes, como el Programa ERASMUS de la Unión Europea, los acuerdos de intercambio propios de la ULE denominados Destino Convenios, el acuerdo de Doble Diploma en el ámbito empresarial entre la ULE y la Universidad China de Xiangtan, y las posibilidades de movilidad nacional que ofrece el programa SICUE.

Sin duda, una estancia de estudios en otra Universidad constituye por sí misma una experiencia sumamente positiva, tanto desde el punto de vista académico como de enriquecimiento personal. Los alumnos y profesores seleccionados para llevar a cabo este tipo de intercambios se convierten así en embajadores de nuestra Facultad y de la Universidad de León en las instituciones de destino, adquiriendo una responsabilidad encaminada en todo momento a que su comportamiento asegure el mantenimiento de la relación existente y los acuerdos de intercambio futuros.

A tal efecto, la Facultad cuenta con una Comisión para Programas de Intercambio, encargada de la selección de estudiantes para programas internacionales, el reconocimiento de las asignaturas cursadas en las universidades de destino, y otras tareas que le asigna la normativa aprobada por el Consejo de Gobierno de esta Universidad. Forman parte de esta Comisión una serie de profesores-tutores, que actúan como responsables de los programas de intercambio en cada destino, prestando voluntariamente apoyo y asesoramiento a los alumnos en movilidad, tanto españoles como extranjeros.

La Oficina de Intercambios de la Facultad, abierta al público en horario lectivo, complementa administrativamente el servicio que el Centro ofrece a todos aquellos de sus miembros que optan a una experiencia de intercambio académica como las señaladas anteriormente.

## EVOLUCIÓN Y DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD INTERNACIONAL

El apoyo decidido a la cooperación entre instituciones de educación superior ha sido una línea de trabajo constante y una prioridad para la Unión Europea, que de esta manera se ha propuesto contribuir a la mejora de la calidad en el ámbito Universitario, y lograr un mayor aprovechamiento de las múltiples oportunidades que en este campo se brindan tanto a alumnos como a profesores.

Para ello, a finales de los años setenta la Unión Europea estableció el programa de movilidad ERASMUS, creado para facilitar el intercambio de estudiantes y profesores de las diversas instituciones de enseñanza superior en el marco de la UE, lo que supone la aplicación práctica de los artículos 126 y 127 de su Tratado Constitutivo.

Más de un millón doscientos mil universitarios europeos se han beneficiado desde entonces de la experiencia personal y académica que aporta este tipo de movilidad, que ya abarca unas 2.200 instituciones de educación superior en 31 países. La experiencia acumulada durante tantos años de intercambios ha permitido ir perfeccionando el sistema, dotándolo progresivamente de una serie de procedimientos técnicos y documentos normalizados. Así, se ha podido simplificar en parte la labor de alumnos y coordinadores académicos, haciendo su tramitación más ágil en las distintas fases, lo que ha contribuido a reducir la lógica incertidumbre que acompaña al cambio de institución, de calendario escolar, los nuevos programas o el proceso de reconocimiento académico, lo que ha permitido que las estancias en movilidad internacional sean cada vez más atractivas para los participantes en el programa.

Asimismo, la implantación del sistema ECTS de transferencia de créditos Europeos ha facilitado y simplificado los mecanismos de reconocimiento académico de las asignaturas cursadas por los alumnos de intercambio. Es de esperar que con la puesta en marcha de los nuevos planes adaptados al EEES la movilidad nacional se beneficie de igual manera de este sistema. Actualmente ya se está utilizando el sistema de reconocimiento directo de créditos ECTS en el caso de asignaturas Optativas y LEC como método más simple en la movilidad estudiantil en lugar del tradicional sistema de convalidaciones por programa, que aún se emplea en el caso de asignaturas troncales y obligatorias.

Sin duda, la experiencia de disfrutar de un periodo de movilidad en otro país Europeo o bien en otra Universidad española en el marco de este tipo de programas supone un importante valor añadido a la formación habitual de los estudiantes, que va más allá de la calidad o cualidad de los contenidos específicos cursados respecto de los que podrían haber realizado en la universidad de origen.

Por ello, la Facultad define como una de sus metas la potenciación del intercambio de estudiantes y profesores con otras Universidades nacionales y extranjeras, para lo que se plantean los siguientes objetivos relacionados con el título:

- Fomentar el intercambio de alumnos y profesores y la cooperación académica entre los sistemas de educación y formación dentro de la Unión Europea.
- Facilitar el aprendizaje de las lenguas y reconocer la riqueza derivada de la diversidad lingüística.
- Intercambiar experiencias, pedagogías y prácticas innovadoras y basadas en las TIC a fin de mejorar la calidad de la educación y la formación.
- Compartir el conocimiento y aplicación de los resultados y procesos educativos innovadores en los distintos países de la UE.
- Promover el concepto de ciudadanía activa, el diálogo intercultural, la igualdad entre hombres y mujeres y la realización personal a partir del contacto y la vivencia de distintas realidades.

- Construir un sentimiento de ciudadanía europea basado en el respeto y la comprensión mutua.

A fin de alcanzar estos objetivos, la Facultad asume el compromiso de impulsar y apoyar la implicación internacional de sus alumnos y profesores, clarificando y simplificando los procedimientos administrativos y la tramitación que debe seguirse para poder participar en los distintos programas de intercambio.

Igualmente, la Facultad se compromete a trabajar, junto con sus diversos socios institucionales, en el desarrollo de nuevos programas de carácter interuniversitario. A nivel nacional se intentarán crear planes de estudios conjuntos conducentes a la obtención de un único título oficial, impartido por dos ó más universidades españolas. A nivel internacional, el trabajo se centrará en el establecimiento de convenios y acuerdos con universidades extranjeras que permitan la impartición de programas de grado conjuntos, en los que la movilidad de estudiantes sea una parte integral de su diseño.

A continuación resumiremos brevemente toda la información relativa los programas de movilidad con reconocimiento académico que se ofertan en la ULE, tanto a nivel internacional (ERASMUS y DESTINO CONVENIO) como a nivel nacional (SICUE). En la página Web de la Facultad se encuentra la información pormenorizada de estos programas de movilidad:

- <http://www.economicas.unileon.es/index.php?id=6>

En la sección “Internacional” de la página Web de la ULE se recoge toda la normativa reguladora de los programas: Convocatoria, Plazos de solicitud, Requisitos y Documentación requerida, Condiciones, etc.

- <http://www.unileon.es/index.php?nodeID=281>

## A) PROGRAMAS DE INTERCAMBIO INTERNACIONALES

1.-Programa Europeo de Aprendizaje Permanente: Subprograma ERASMUS / movilidad de estudiantes.

El marco de movilidad internacional denominado ERASMUS es un programa de formación de la Unión Europea para la cooperación en el ámbito de la educación. El programa Sócrates-ERASMUS, en vigor desde el 2000 al 2006, supuso una continuación y ampliación del primer programa ERASMUS creado en 1987 y de la Acción II el Programa LINGUA (1990-94). Desde el año 2007, el programa ERASMUS constituye una parte integral del nuevo Programa Europeo de Aprendizaje Permanente (Lifelong Learning Program “LLP”).

### 1.1.-Principios Generales

ERASMUS ofrece financiación a una amplia gama de actividades destinadas a mejorar la cooperación europea en el sector de la enseñanza superior contribuyendo con ello a aumentar la calidad de los

recursos humanos en todos los países participantes. Hace hincapié en la movilidad de estudiantes y profesores, así como en un determinado número de actividades destinadas a mejorar los programas de estudios y a desarrollar estudios nuevos e innovadores a través de la cooperación transnacional. Así, existen diversas acciones dirigidas hacia los intercambios de estudiantes y profesores, la puesta en marcha de programas de estudios conjuntos y desarrollo curricular, programas intensivos internacionales, redes temáticas entre departamentos y Facultades de la UE, cursos de idiomas, etc.

La financiación de estas actividades se concede en el marco de un contrato Institucional para cada universidad participante, renovable anualmente. Básicamente esta ayuda económica permite llevar a cabo un período de estudios en otra Universidad europea con la que se haya establecido el correspondiente Acuerdo Bilateral y recibir un reconocimiento pleno de dichos estudios en la Universidad de origen, aplicando el Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS).

Dentro de este programa para la movilidad de estudiantes, la Facultad de CC. Económicas y Empresariales de la Universidad de León oferta a sus estudiantes la posibilidad de cursar estudios en otra universidad europea durante un curso académico completo o bien un semestre, así como la realización de las prácticas tuteladas propias del Grado en empresas de la UE.

En este momento se dispone de acuerdos bilaterales con las 93 Universidades relacionadas, pertenecientes a 21 países diferentes de toda Europa, lo que nos permite ofrecer más de 200 plazas de intercambio cada curso, de las cuales se cubren aproximadamente la mitad. De igual modo, la Facultad recibe cada año más de un centenar de estudiantes extranjeros. Este importante volumen de destinos y plazas en movilidad garantiza que cualquiera de nuestros estudiantes que cumpla los requisitos y lo desee pueda realizar un semestre o un curso completo de sus estudios de Grado en otra Universidad europea.

A continuación se cita la relación de universidades Europeas con las que la Facultad de CC. Económicas y Empresariales mantiene actualmente un Acuerdo Académico de Intercambio dentro del esquema de Movilidad ERASMUS:

#### **ALEMANIA:**

1. DRESDEN HOCHSCHULE TECHNIK & WIRTSCHAFT
2. EUROPEAN UNIVERSITY VIADRINA FRANKFURT (ODER)
3. FACHHOCHSCHULE AUGSBURG
4. FACHHOCHSCHULE DÜSSELDORF
5. FACHHOCHSCHULE KOBLENZ
6. FACHHOCHSCHULE NORDHAUSEN
7. FACHHOCHSCHULE OLDENBURG OSTRIESLAND
8. FACHHOCHSCHULE SCHMALKALDEN
9. FACHHOCHSCHULE WORMS
10. FH ROSSENHEIM
11. HOCHSCHULE NIEDERRHEIN
12. JUSTUS LIEBIG UNI GIESSEN
13. MARTIN LUTHER UNIVERS. HALLE-W
14. TECH. UNIV. DRESDEN
15. UNIV. OF APPLIED SCIENCES COLOGNE
16. UNIVERSITÄT KASSEL

#### **BELGICA:**

17. HOGESCHOOL WEST-VLAANDEREN
18. KATHOLIEKE HOGESCHOOL LEUVEN

#### CHIPRE

19. AMERICANOS COLLEGE

#### DINAMARCA

20. UNIV. OF SOUTHERN DENMARK

#### ESLOVENIA

21. UNIVERZA V LJUBLJANI (UNIVERSITY OF LJUBLJANA)

#### FINLANDIA

22. EVTEK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
23. HELSINKI SCHOOL OF ECONOMICS
24. SEINAJOKI BUSINESS SCHOOL
25. UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ
26. VAASA UNIVERSITY

#### FRANCIA:

27. ECOLE SUP. COMMERCE ET MANAGEMENT, TOURS
28. ECOLE SUPÉRIEURE DE COMMERCE INTERNATIONAL
29. ESCI FONTAINEBLEAU
30. GROUPE ECS NORMANDIE (LE HAVRE)
31. IFSAC/GROUPE ESC PAU - ECOLE SUPÉRIEURE DE COMMERCE
32. INSTITUT DE FORMATION INTERNATIONALE G. ESC ROUEN
33. INSTITUT POUR LA PREPARATION À L'ADMINISTRATION ET GESTION
34. PARIS ISC
35. UNIVERSITE CATHOLIQUE DE L' OUEST
36. UNIVERSITE DE NANCY II
37. UNIVERSITE DE PAU ET DES PAYS DE L'ADOUR
38. UNIVERSITÉ DE PERPIGNAN
39. UNIVERSITE DE ROUEN
40. UNIVERSITE DE SAVOIE
41. UNIVERSITÉ DE VALENCIENNES
42. UNIVERSITE DU LITTORAL CÔTE D'OPALE
43. UNIVERSTE PARIS 13- SCIENCES ECO

#### GRECIA:

44. UNIVERSITY OF THE AEGEAN

HOLANDA:

45. HOGESCHOOL HOLLAND

46. HOGESCHOOL VAN UTRECHT

47. HOGESCHOOL WINDESHEIM, UNIV. OF PROFESSIONAL EDUCATION

48. HOGESCHOOL'S HERTOGENBOSCH

HUNGRIA:

49. BUDAPESTI GAZDASAGI FOISKOLA KÜLKERESKEDELMI FOISKOLAI

50. INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL-BUDAPEST

51. SZECHENYI ISTVAN UNIVERSITY

IRLANDA:

52. DUBLIN INSTITUTE OF TECHNOLOGY

53. DUNDALK INSTITUTE OF TECHNOLOGY

54. INSTITUTE OF TECHNOLOGY BLANCHARDSTOWN

55. INSTITUTE OF TECHNOLOGY TRALEE

56. NATIONAL UNIV. IRELAND GALWAY

ITALIA:

57. TERZA UNIVERSITA DEGLI STUDI DI ROMA

58. UNIV. DEGLI STUDI DI LECCE

59. UNIV. DI ROMA "TOR VERGATA"

60. UNIV. MILANO BICOCCA

61. UNIVERSITA DEGLI STUDI DI CAGLIARI

62. UNIVERSITA DEGLI STUDI DI GENOVA

63. UNIVERSITA DEGLI STUDI DI MACERATA

64. UNIVERSITA DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II

65. UNIVERSITA DEGLI STUDI DI TRENTO

66. UNIVERSITA DEGLI STUDI DI VERONA

67. UNIVERSITA STUDI DI TRIESTE

LITUANIA:

68. MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS

69. TARPTAUTINE AUKSTOJI VADYBOS MOKYKLA (ISM)

70. VILNIUS GEDIMINAS TECHNICAL UNIVERSITY

POLONIA:

71. AKADEMIA EKONOMICZNA IM. OSKARA LANGEGO

72. AKADEMIA POLONIJNA W CZESTOCHOWIE

73. THE POZNAN UNIVERSITY OF ECONOMICS
74. UNIWERSYTET GDANSKI

**PORTUGAL:**

75. INSTITUTO POLITECNICO DE SANTAREM
76. INSTITUTO POLITECNICO DE VIANA DO CASTELO
77. INSTITUTO POLITECNICO GUARDA
78. INSTITUTO SUPERIOR DE LINGUAS E ADMINISTRAÇÃO
79. UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
80. UNIVERSIDADE DE COIMBRA
81. UNIVERSIDADE DE EVORA
82. UNIVERSIDADE DO PORTO

**REINO UNIDO:**

83. GLASGOW CALEDONIAN UNIVERSITY
84. HERTFORDSHIRE UNIVERSITY
85. LIVERPOOL JOHN MOORES UNIVERSITY
86. SHEFFIELD HALLAM UNIVERSITY
87. UNIVERSITY OF WALES SWANSEA

**REPUBLICA CHECA:**

88. CENTRAL BOHEMIAN INSTITUTE OF HIGHER EDUCATION

**RUMANIA:**

89. SCOALA NATIONALA DE STUDII POLITICE SI ADMINISTRATIVE

**SUECIA :**

90. STOCKHOLMS UNIVERSITET

**SUIZA:**

91. FH SOLOTHURN NORDWESTSCHWEIZ (Beca del Gobierno Suizo)

**TURQUIA:**

92. ANADOLU UNIVERSITY
93. T.C. DOGUS ÜNİVERSİTESİ

## 1.2.-Bases de Funcionamiento

Cada curso académico, la Universidad de León procede a la convocatoria del programa, de acuerdo con la normativa vigente (Decisión 1720/2006/CE del Parlamento Europeo del Consejo de 15 de Noviembre de 2006, Diario Oficial Unión Europea de 24 de noviembre de 2006). Para ello se habilita un plazo de solicitud que se publica en los medios locales de comunicación, en los tabloneros informativos de la Facultad, en la página Web del Centro y en la página Web de la ULE.

El conocimiento de la lengua de docencia en destino, y su correspondiente acreditación mediante uno de los certificados de nivel de idioma especificados en la convocatoria, o en su defecto una prueba realizada previamente a la selección por el Centro de Idiomas de la ULE, es un requisito imprescindible para la participación en el programa.

La selección de candidatos la realiza una Comisión de Selección, de acuerdo a lo especificado en el reglamento del programa y a las normas complementarias de la Universidad de León y de la propia Facultad, teniendo siempre en cuenta los criterios de valoración que figuren en cada convocatoria. Dicha comisión está formada, al menos, por el Vicedecano de Movilidad e Intercambios, el Director de la Oficina de Relaciones Internacionales de la ULE, un profesor Responsable de Intercambios y un representante de los alumnos de la Junta de Facultad.

Durante la duración del Programa de Intercambio, los estudiantes de la Facultad de CC. Económicas y Empresariales seguirán siendo alumnos del Centro a todos los efectos ya que aquí han realizado su matrícula, pero teniendo además los derechos académicos y las obligaciones propias de los estudiantes del Centro de Destino.

El estudiante internacional de intercambio, una vez seleccionado por su universidad de origen y con la acreditación expedida por ella, deberá inscribirse a su llegada a León en la oficina de Relaciones Internacionales de la ULE y, con la documentación allí entregada, registrarse en la Facultad de CC. Económicas y Empresariales de las asignaturas que consten en su acuerdo de estudios. Una vez matriculado, se le considerará estudiante de pleno derecho de la Universidad de León, con capacidad de acceso a los distintos servicios universitarios ofertados por la ULE.

## 1.3.-Reconocimiento de estudios y seguimiento personal del estudiante

El profesor Responsable de Intercambios deberá conocer, antes del desplazamiento del alumno, las asignaturas que el estudiante va a cursar en la Universidad de destino, haciendo constar con su firma en el "Acuerdo de Estudios" claramente qué asignaturas, cursos y créditos componen los mismos, de manera que a su regreso no haya ninguna duda en el reconocimiento de los estudios que hayan sido superados en la Universidad de destino. En todo momento, se podrá considerar un curso académico equivalente a 60 créditos ECTS. En casos excepcionales, el Responsable de Intercambios podrá autorizar cambios en las asignaturas elegidas por el estudiante.

Es labor del Responsable de Intercambios aconsejar y colaborar con los estudiantes seleccionados (en ambos sentidos de la movilidad) en la elaboración de un "Acuerdo de Estudios" personalizado, así como

realizar un seguimiento adecuado de las actividades que los estudiantes de la Facultad desarrollan en el Centro de destino, a través de contactos periódicos con los coordinadores internacionales de las Universidades extranjeras.

Teniendo en cuenta la posible diferencia de baremos para establecer la calificación final de los alumnos en movilidad, el reconocimiento curricular se hará en base a la aplicación de una Tabla de Equivalencias de Calificaciones elaborada por el Vicerrectorado de Relaciones Internacionales de la ULE en base a los criterios del Organismo Autónomo de Programas Educativos Europeos.

#### 1.4.-Financiación de la movilidad

Las becas para la movilidad de estudiantes en el ámbito europeo cuentan con cuatro fuentes de financiación:

- Ministerio de Educación y Ciencia
- Junta de Castilla y León
- OAPEE – Agencia Nacional ERASMUS
- Universidad de León

#### 2.-Programa Europeo de Aprendizaje Permanente: Subprograma ERASMUS / movilidad de profesores

Los programas de movilidad del profesorado, que posibilitan la estancia de docentes en universidades extranjeras, permiten la elaboración de trabajos y programas conjuntos de docencia e investigación, lo que redundará en un mayor acercamiento de las comunidades académicas y en última instancia en una cooperación docente a nivel Europeo.

Dentro del Programa de Aprendizaje Permanente se promueve la movilidad de profesores de acuerdo con la legislación vigente. Así, los profesores de la Facultad pueden disfrutar de una estancia en movilidad internacional con cualquiera de las múltiples Universidades extranjeras con las que se haya suscrito un acuerdo bilateral, y acoger igualmente la docencia por un periodo breve de profesores provenientes de los distintos socios Europeos.

En la siguiente página Web de la ULE se puede acceder a los objetivos, procedimientos, criterios de selección y formalización de las solicitudes en convocatoria abierta y permanente para participar en este programa:

- <http://www.unileon.es/index.php?elementID=1439>

#### 3.-Programa de movilidad internacional propio de la ULE: “DESTINO CONVENIO”

Además del programa Europeo ERASMUS, la Universidad de León posibilita a sus estudiantes la realización de estancias académicas en distintas universidades del mundo a través del programa propio "Destino Convenios".

Estos Intercambios se convocan anualmente coincidiendo con la convocatoria ordinaria del programa ERASMUS, y su funcionamiento es idéntico, salvo que la financiación proviene de los acuerdos firmados por la ULE y de sus propios presupuestos. Los alumnos seleccionados gozan de exención de tasas de matrícula en la institución de destino, realizan el reconocimiento académico por los mismos cauces que los previstos para los alumnos ERASMUS, y disfrutan de una bolsa de viaje otorgada por el Vicerrectorado de Relaciones Internacionales.

Desde la Facultad se potencia la solicitud de este tipo de movilidad y cada año se envían y se reciben alumnos y profesores de países de todo el mundo, especialmente de Brasil, Méjico, o los Estados Unidos.

A continuación se cita la relación de universidades Europeas con las que la Universidad de León mantiene actualmente un Acuerdo Académico de Intercambio dentro del programa propio "Destino Convenio":

#### AUSTRALIA:

1. UNIVERSITY OF NEW SOUTH WALES
2. UNIVERSITY OF WOLLONGONG
3. VICTORIA UNIVERSITY

#### BRASIL:

4. CENTRO UNIVERSITARIO LASALLE
5. PONTIFICIA UNIVERSIDADE CATOLICA RIO GRANDE DO SUL
6. UNIV. DO SUL DE SANTA CATARINA
7. UNIVERSIDAD DE CRUZ ALTA
8. UNIVERSIDAD DE SOROCABA
9. UNIVERSIDAD DEL ESTADO DE SANTA CATARINA
10. UNIVERSIDAD DO PASSO FUNDO
11. UNIVERSIDAD LUTERANA DE BRASIL
12. UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
13. UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
14. UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
15. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

#### CANADA:

16. UNIVERSITE DE LAVAL
17. UNIVERSITE DE MONTREAL

CHILE:

18. UNIVERSIDAD ADOLFO IBAÑEZ
19. UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL SUR
20. UNIVERSIDAD DE VIÑA DEL MAR
21. UNIVERSIDAD FINIS TERRAE
22. UNIVERSIDAD MAYOR

COLOMBIA:

23. UNIVERSIDAD DE CIENCIAS APLICADAS Y AMBIENTALES

ESTADOS UNIDOS:

24. CENTRAL CONNECTICUT STATE UNIVERSITY
25. GARDNER-WEBB UNIVERSITY
26. MICHIGAN TECHNOLOGICAL UNIVERSITY
27. NORTHERN KENTUCKY UNIVERSITY
28. PITZER COLLEGE
29. UNIVERSITY OF CENTRAL ARKANSAS
30. UNIVERSITY OF NEW YORK AT STONY BROOK
31. UNIVERSITY OF VERMONT
32. UNIVERSITY OF WISCONSIN GREEN BAY

JAPON:

33. UNIVERSIDAD DE RIKKYO

MEJICO:

34. BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE PUEBLA
35. INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MONTERREY
36. UNIVERSIDAD VERACRUZANA
37. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUADALAJARA
38. UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MEXICO
39. UNIVERSIDAD AUTONÓNOMA DE COAHUILA
40. UNIVERSIDAD DE COLIMA
41. UNIVERSIDAD DE LA SALLE BAJÍO
42. UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS-PUEBLA
43. UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DE LEÓN

RUSIA:

44. INTERNATIONAL UNIVERSITY MOSCOW
45. VORONEZH STATE UNIVERSITY

En la página Web de la Facultad se encuentra la información pormenorizada de estos programas de movilidad:

➤ <http://www.economicas.unileon.es/index.php?id=62>

Complementando lo anterior, en la sección "Internacional" de la página Web de la ULE se recoge toda la normativa reguladora de los programas DESTINO CONVENIO: Convocatoria, Plazos de solicitud, Requisitos y Documentación requerida, Condiciones, etc.

➤ <http://www.unileon.es/index.php?nodeID=283>

#### 4.-Doble Diploma en "Business Studies" entre la Universidad de León y la Universidad de Xiangtan (China)

Desde el año 2005, la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales ha ido desarrollando, con la implicación y respaldo de los Vicerrectorados de Relaciones Internacionales y de Ordenación Académica, un novedoso proyecto de Cooperación Inter-universitaria tendente a la creación de una doble titulación en el ámbito de la empresa ("Degree in Business Studies") entre la Universidad de León y la Universidad de Xiangtan, en la provincia de Hunan, República Popular China.

Actualmente están en vigor tanto el Acuerdo Marco como el Convenio Específico, que para los alumnos participantes en el programa incluye un curso intensivo previo de un año de 120 créditos de español o de chino, así como la docencia en China de las asignaturas del segundo año del Grado en Negocios. Los primeros alumnos Chinos se incorporaron a la Facultad durante el curso 2006-2007, y desde este momento se han seguido incorporando regularmente cada nuevo curso académico.

Los alumnos de la ULE que obtengan un Grado en la Facultad pueden, si lo desean, obtener un título similar ("Degree in Business Studies") en la Universidad de Xiangtan, tras superar un curso anual de Chino de 120 créditos en dicha Universidad. El programa se complementa con el envío regular de profesores de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales para la docencia en China.

## B) PROGRAMAS DE INTERCAMBIO NACIONALES

### 1.-Sistema de Intercambio entre Centros Universitarios españoles: Programa SICUE

El 27 de septiembre de 1999 se suscribió el convenio marco para el establecimiento de un programa de movilidad de estudiantes entre las universidades españolas, con el objetivo de establecer un programa de intercambios entre las universidades del Estado español que permita al estudiante experimentar sistemas docentes diferentes y conocer los aspectos sociales, culturales y lingüísticos de otras comunidades autónomas.

Este programa de movilidad se regula por el Sistema de Intercambio entre Centros Universitarios de España (SICUE), elaborado por la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE). Se trata de un mecanismo inspirado en la experiencia del programa ERASMUS de la Unión Europea, del cual es complementario, que permite a los estudiantes de una universidad del estado español cursar una parte de sus estudios en una universidad situada en otra localidad con la garantía de reconocimiento académico en la universidad de origen de los estudios cursados y superados en aquélla.

Paralelamente, el Ministerio de Educación y Ciencia convoca las ayudas para la movilidad de estudiantes SENECA, que consisten en la concesión de becas mensuales y ayudas de viaje a los estudiantes que participan en el programa SICUE. La Junta de Castilla y León, por su parte, también contribuye económicamente a este programa mediante sus becas FRAY LUIS DE LEON, que son incompatibles con las becas del MEC.

Partiendo de la premisa de que la movilidad es un factor deseable en la formación universitaria, la Facultad apoya este programa de intercambio de estudiantes y por ello mantiene actualmente acuerdos con Facultades de CC. Económicas y Escuelas de Empresariales pertenecientes a 28 Universidades españolas en 12 de las Comunidades Autónomas del estado, ofertando anualmente más de 50 plazas en destinos nacionales. Esta alta oferta de movilidad nacional garantiza en la práctica que cualquiera de nuestros estudiantes que cumpla los requisitos y lo desee pueda realizar un semestre o un curso completo de sus estudios de Grado en otra Universidad española, con garantías de reconocimiento académico y de aprovechamiento, así como de adecuación a su perfil curricular:

1. A Coruña
2. Alcalá
3. Alicante
4. Almería
5. Autónoma Barcelona (Barcelona / Sabadell)
6. Autónoma de Madrid
7. Barcelona
8. Burgos
9. Cádiz
10. Cantabria
11. Castilla - La Mancha (Albacete / Ciudad Real / Toledo )
12. Córdoba
13. Extremadura (Badajoz)
14. Granada
15. Islas Baleares (Palma Mallorca)
16. Jaén
17. Las Palmas
18. Málaga
19. Oviedo (Oviedo / Gijón)
20. Politécnica de Cataluña (Tarrasa)
21. Rey Juan Carlos
22. Salamanca
23. San Pablo Ceu
24. Santiago de Compostela (Santiago de Compostela / Lugo)
25. Sevilla
26. Valencia
27. Valladolid
28. Vigo (Vigo / Orense)

## 1.1.-Principios Generales

Se tendrá en cuenta, en todo caso, el valor formativo del intercambio, al hacer posible que el estudiante experimente sistemas docentes distintos, incluidos el régimen de prácticas, así como los distintos aspectos sociales y culturales de otras Autonomías. El intercambio de estudiantes se basará por lo tanto en la confianza entre las instituciones, la transparencia informativa, la reciprocidad y la flexibilidad.

La adhesión por una Universidad a este sistema significará el compromiso de aceptación de unas obligaciones que afectan a distintos aspectos de su funcionamiento (en relación con el intercambio), haciendo accesible a las demás Universidades información sobre curso, calendarios, etc. Asimismo, se comprometerá a utilizar unos métodos de calificación normalizados y a hacerlos llegar a la Universidad de origen en tiempo y forma adecuados.

Para asegurar que el estudiante conoce bien su sistema docente este intercambio deberá realizarse una vez se hayan superado en la Universidad de origen un mínimo de 120 ECTS.

## 1.2.-Bases de funcionamiento

Todos los Centros participantes en el Programa de Intercambio se comprometen a elaborar un Documento Informativo que especifique plan de estudios, contenidos, créditos, calendario, etc. Igualmente, se utilizan un conjunto de impresos normalizados en los que se incluyen:

1. Acuerdo de Equivalencia
2. Propuesta de Intercambio
3. Certificado de Estudios Previos
4. Notificación de calificaciones
5. Actas

La movilidad de estudiantes se basa en la Propuesta de Intercambio. Este documento describe la actividad a realizar en el Centro de Destino que será reconocida automáticamente por el Centro de Origen. La aceptación de la Propuesta de Intercambio de cada estudiante, se hace a partir del análisis individualizado de los coordinadores-tutores del Centro de Origen y del Centro de Destino.

La Propuesta de Intercambio va firmada por el estudiante, la Sra. Decana y el Coordinador de Intercambios en el Centro de Origen. En caso de aceptación por el Centro de Destino, su Decano y Coordinador de Intercambios, firmarán también el documento, haciéndole llegar una copia al Centro de Origen. Las Propuestas de Intercambio aceptadas por las tres partes implicadas: estudiantes, Centro de Origen y Centro de Destino, tienen carácter de contrato vinculante para los firmantes. No pueden ser incluidas en las Propuestas de Intercambio asignaturas calificadas con suspenso con anterioridad en el Centro de Origen.

Los estudiantes participantes en el intercambio abonarán las tasas de matrícula exclusivamente en el Centro de Origen siendo a cargo del estudiante, en su caso, las tasas de docencia y otras, si las hubiere.

La selección de los estudiantes en cada Centro de Origen se realiza por una Comisión específica, presidida por el Coordinador de Intercambio, en la que se valoran diversos aspectos académicos: expediente, curso y adecuación de la Propuesta de Intercambio. También se tienen en cuenta las posibilidades de adaptación del estudiante al Centro de Destino propuesto.

Durante la duración del Programa de Intercambio, los estudiantes serán estudiantes del Centro de Origen a todos los efectos, teniendo los derechos académicos y obligaciones de los estudiantes del Centro de Destino.

### 1.3.-Reconocimiento de estudios y seguimiento personal del estudiante

El estudiante nacional de intercambio, una vez seleccionado por su universidad de origen y con la acreditación expedida por ella, deberá inscribirse en el Centro de destino y presentarse ante el Coordinador de Intercambios, que le aconsejará y guiará en la confección final de su Acuerdo Académico. Una vez matriculado, este alumno será considerado estudiante de la Universidad de León de pleno derecho, con capacidad de acceso a los distintos servicios universitarios.

Finalizado el periodo de estancia en el Centro de Destino, éste remite al Centro de Origen un certificado de las notas obtenidas por el estudiante, que debe archivar-se conjuntamente con su expediente. Este documento constituirá el acta del estudiante de ese curso.

Al objeto de simplificar la labor administrativa, las asignaturas cursadas en un Centro de Destino originan un Acta única en el Centro de Origen, según un modelo normalizado.

### 1.4.-Financiación de la movilidad

El Coordinador de Intercambios facilitará al alumno interesado información detallada acerca de las convocatorias oficiales de ayuda a la movilidad nacional de estudiantes, que como ya hemos indicado incluye:

- Becas SENECA, financiadas por el Ministerio de Educación y Ciencia.
- Becas FRAY LUIS DE LEON, financiadas por la Junta de Castilla y León.

En la página Web de la Facultad se encuentra la información pormenorizada de este programa de movilidad:

➤ <http://www.economicas.unileon.es/index.php?id=63>

Finalmente, en la siguiente página Web de la ULE se puede acceder a los objetivos, procedimientos y requisitos exigidos a los alumnos para participar en el programa, criterios de selección y formalización de las solicitudes y en su caso acceder a los sistemas de becas:

➤ <http://www.unileon.es/index.php?elementID=929>

## 5.2.2.- La movilidad internacional de los estudiantes del Grado en Comercio Internacional.

A fin de garantizar que todas las asignaturas que el alumno debe realizar durante su periodo de movilidad internacional obligatoria estarán disponibles en su momento en las universidades de destino, la Facultad ha establecido contactos académicos formales con 7 de sus socios Europeos:

### 8. ISC, Institut Superieur du Commerce, Paris / School of Management

➔ <http://www.business-school-paris.com/>

### 9. Université de Savoie / IMUS, Institut de Management

➔ <http://www.imus.univ-savoie.fr/>

### 10. University College West Flanders /HOWEST

➔ <http://www.howest.be/>

### 11. Università di Cagliari / Facoltà di Economía

➔ <http://www.econoca.it/>

### 12. Università degli Studi di Pavia / Facoltà di Economía

➔ <http://economia.unipv.it/portale/>

### 13. Umeå University / USBE, Umeå School of Business

➔ <http://www.umu.se/english>

### 14. Seinäjoki University of Applied Sciences / Business School

➔ [http://www.seamk.fi/In\\_English/About\\_us/Faculties/Business\\_School](http://www.seamk.fi/In_English/About_us/Faculties/Business_School)

Estos contactos se han plasmado en la firma conjunta de una serie de “Declaraciones de Intenciones” (*“Letter of Intent”*) que se adjuntan como anexo a la presente memoria. Los términos de esta declaración preliminar especifican el deseo de llegar a acuerdos que permitan una colaboración institucional en el campo específico de los estudios de Comercio Internacional, concretado en la oferta de un *“Diploma in International Business”* que reconozca los conocimientos académicos adquiridos por los alumnos durante su estancia en movilidad internacional:

*“In line with the development of friendly international cooperation in accordance with our mutual interests in developing programs of academic and scholarly exchanges, and for the purpose of establishing a long-term mutually beneficial association, the Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales of the Universidad de Leon (Spain), and (..... Name of College or Faculty, Name of University),*

*(.....Country), join in the following "Letter of Intent". Both parties agree to exercise their best efforts to develop the following forms of cooperation:*

- 4. Establish ties of friendship and cooperation.*
- 5. Promote mutual understanding, academic collaboration, cultural and personnel exchanges in the field of International Business and Commerce.*
- 6. Work toward more formal, complex, and binding agreements, by developing a joint program aimed to offer their respective students the possibility to achieve a "Diploma in International Business".*

*Both the Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales of the Universidad de León and (..... Name of College or Faculty, Name of University), are committed to working together to develop specific agreements on the points above in the coming months. These agreements will provide logistical and management details appropriate to the successful operation of the program, while fulfilling the spirit and purpose of this general letter of intent."*

El siguiente paso para formalizar la cooperación académica, que se iniciará inmediatamente después de lograda la aprobación del título de Grado en Comercio Internacional, consiste en la firma de un Acuerdo de Cooperación Académica específico entre la Universidad de León y las 7 universidades socias del grado en Comercio Internacional. Se incluye como Anexo a la presente memoria el texto de dicho acuerdo, que ya sido validado en sus términos legales por la asesoría jurídica de la Universidad de León. Merece la pena destacar por su importancia su apartado B.3:

### **"B.3.-Diploma en Negocios Internacionales**

*La Universidad de León y la Universidad de..... acuerdan:*

*1.-Intercambiar anualmente hasta 5 de sus estudiantes por Universidad en el marco del programa de movilidad Europeo "Erasmus", a fin de cursar asignaturas específicamente relacionadas con el mundo de los negocios, la administración de empresas y el comercio internacional, con una duración de o bien un semestre o bien un curso académico completo.*

*2.- La Universidad de León ofrecerá a dichos estudiantes extranjeros la posibilidad de participar en su programa académico "Diploma in International Business", que consta de 30 créditos ECTS distribuidos en los siguientes cursos impartidos en inglés en la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales durante el primer semestre (Febrero a Junio):*

*3 asignaturas (18 ECTS):*

- International Market Research*
- Marketing Communication*
- Customer Behaviour*

*2 asignaturas (12 ECTS) a escoger por el alumno entre:*

- *Advanced Business English*
- *Français II en Commerce International*
- *Español para principiantes*

*Los estudiantes de intercambio que permanezcan el curso académico completo en España, tendrán la opción de recibir un Diploma de 60 créditos ECTS si cursan y aprueban las siguientes asignaturas impartidas en español durante el segundo semestre:*

- *Economía e Integración Europea*
- *Logística y Canales de Distribución*
- *Finanzas Internacionales*
- *Análisis de Estados Financieros*
- *Dirección Internacional de la Empresa*

*La Universidad de..... ofrecerá igualmente a los estudiantes de intercambio de la Universidad de León la posibilidad de recibir un Diploma de estudios similar, por 30 o 60 créditos ECTS, distribuidas en las siguientes asignaturas, impartidas tanto en inglés como en el idioma nacional:*

- *Economía e Integración Europea*
- *Investigación de Mercados Internacionales*
- *Finanzas Internacionales*
- *Dirección Internacional de Empresas*
- *Logística y Gestión de Canales Comerciales*
- *Análisis de Estados Financieros*
- *Comportamiento del Consumidor*
- *Inglés avanzado*
- *Francés*
- *Idioma nacional"*

Tal como se refleja en el texto anterior, la movilidad obligatoria de los alumnos del Grado en Comercio Internacional está prevista en el primer semestre del tercer curso. Las asignaturas obligatorias y optativas que el alumno debe realizar durante su estancia en alguna de las 7 universidades socias del Grado en Comercio Internacional son las siguientes:

- *International Market Research (Investigación de Mercados Internacionales)*
- *English III (Advanced English)*
- *Français II (Intermediate French)*
- *Optativa 1*
- *Optativa 2*

A fin de facilitar el proceso de reconocimiento de créditos cursados por el alumno durante la estancia en movilidad internacional, cada una de las 7 universidades socias establecerá de acuerdo con la ULE un listado cerrado de asignaturas correspondientes al tercer curso, que constituirá el plan de estudios de los alumnos del Grado en Comercio Internacional en dicho destino, y que se incluirá como Anexo en el Acuerdo de Cooperación Académica bilateral.

A continuación se presentan las tablas de asignaturas previstas para cada socio Europeo:

#### ISC, Institut Supérieur du Commerce, Paris / School of Management

Asignaturas 3 <sup>er</sup> curso Grado en Comercio Internacional	ECTS	Asignaturas a cursar en movilidad internacional	ECTS
Investigación de Mercados Internacionales	6	Mercatique Internationale	5
English III	6	L'anglais avancé	≥6
Français II	6	Français intermédiaire	≥6
Optativa 1	6	Subject 1 to choose	≥6
Optativa 2	6	Subject 2 to choose	≥6
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>TOTAL ISC</b>	<b>≥29</b>

#### Université de Savoie / IMUS, Institut de Management

Asignaturas 3 <sup>er</sup> curso Grado en Comercio Internacional	ECTS	Asignaturas a cursar en movilidad internacional	ECTS
Investigación de Mercados Internacionales	6	Diagnostic Stratégique International	5
English III	6	L'anglais avancé	≥6
Français II	6	Français intermédiaire	≥6
Optativa 1	6	Subject 1 to choose	≥6
Optativa 2	6	Subject 2 to choose	≥6
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>TOTAL IMUS</b>	<b>≥29</b>

University College West Flanders /HOWEST

Asignaturas 3 <sup>er</sup> curso Grado en Comercio Internacional	ECTS	Asignaturas a cursar en movilidad internacional	ECTS
Investigación de Mercados Internacionales	6	Marketing Communication: Research, Strategy and Communication Mix	3
		International Marketing and event organization	3
English III	6	Advanced Level English	≥6
Français II	6	Intermediate French	≥6
Optativa 1	6	Subject 1 to choose	≥6
Optativa 2	6	Subject 2 to choose	≥6
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>TOTAL HOWEST</b>	<b>≥30</b>

Università di Cagliari / Facoltà di Economia

Asignaturas 3 <sup>er</sup> curso Grado en Comercio Internacional	ECTS	Asignaturas a cursar en movilidad internacional	ECTS
Investigación de Mercados Internacionales	6	Marketing Internazionale	8
English III	6	Inglese livello avanzato	≥6
Français II	6	Francese livello medio	≥6
Optativa 1	6	Subject 1 to choose	≥6
Optativa 2	6	Subject 2 to choose	≥6
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>TOTAL CAGLIARI</b>	<b>≥32</b>

Università degli Studi di Pavia / Facoltà di Economia

Asignaturas 3 <sup>er</sup> curso Grado en Comercio Internacional	ECTS	Asignaturas a cursar en movilidad internacional	ECTS
Investigación de Mercados Internacionales	6	International Entrepreneurship and Marketing	9
English III	6	Lingua Inglese Perfezionamento	≥6
Français II	6	Lingua Francese	≥6
Optativa 1	6	Subject 1 to choose	≥6
Optativa 2	6	Subject 2 to choose	≥6
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>TOTAL PAVIA</b>	<b>≥33</b>

Umeå University / USBE, Umeå School of Business

Asignaturas 3 <sup>er</sup> curso Grado en Comercio Internacional	ECTS	Asignaturas a cursar en movilidad internacional	ECTS
Investigación de Mercados Internacionales	6	Marketing Research	7.5
English III	6	Advanced Level English	≥6
Français II	6	Intermediate French	≥6
Optativa 1	6	Subject 1 to choose	≥6
Optativa 2	6	Subject 2 to choose	≥6
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>TOTAL UMEÅ</b>	<b>≥31.5</b>

## Seinäjoki University of Applied Sciences / Business School

Asignaturas 3 <sup>er</sup> curso Grado en Comercio Internacional	ECTS	Asignaturas a cursar en movilidad internacional	ECTS
Investigación de Mercados Internacionales	6	Marketing Communication in a Multicultural Environment	3
		Marketing Management	3
English III	6	Advanced Level English	≥6
Français II	6	Intermediate French	≥6
Optativa 1	6	Subject 1 to choose	≥6
Optativa 2	6	Subject 2 to choose	≥6
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>TOTAL SEINÄJOKI</b>	<b>≥30</b>

Tal como vemos en las tablas anteriores, el alumno tendrá que cursar en el extranjero al menos 6 ECTS correspondientes a asignaturas de idioma inglés nivel avanzado, y al menos otros 6 ECTS de asignaturas de idioma francés nivel medio, correspondientes respectivamente a las asignaturas de tercero:

- English III: Oral Presentations and Negotiations in International Trade
- Français II en Commerce International

Todas las universidades de destino que constan como socias del Grado en Comercio Internacional ofertan asignaturas de inglés y francés de este tipo, bien en sus planes docentes específicos de las titulaciones de empresa y negocios, o bien a través de sus correspondientes Centros de Idiomas, por lo que su reconocimiento no plantea ningún tipo de problemas.

Los créditos obligatorios anteriores se complementan con otras dos asignaturas optativas en el tercer curso del Grado:

- Optativa 1
- Optativa 2

En el caso de estas asignaturas optativas, el alumno podrá escoger libremente 2 asignaturas de al menos 6 créditos ECTS entre todas las ofertadas en las instituciones de destino. Tal como se viene haciendo en la actualidad con este tipo de asignaturas (optativas y LEC) en movilidad internacional, en el expediente académico del alumno se hará constar la denominación original de la asignatura cursada en el extranjero. Dependiendo del destino que elijan los alumnos se les recomendará que, además del inglés y francés que habrán de cursar de forma obligatoria, opten por un tercer idioma que se les reconocería a su regreso. La profundización en el estudio de ese tercer idioma se puede realizar posteriormente, bien sea en el Centro de idiomas de nuestra Universidad, (en el que se ofertan cerca de diez lenguas modernas), o

bien como veremos más adelante mediante una nueva estancia de movilidad internacional voluntaria a lo largo del primer semestre de cuarto curso.

La Facultad de CC. Económicas y Empresariales nombrará a uno de los profesores con docencia en el Grado en Comercio Internacional y reconocida experiencia Coordinador-Tutor de los alumnos de dicho Grado en Movilidad Internacional. Esta persona será responsable de la correcta realización de la movilidad obligatoria, y se integrará tanto en la Comisión de Intercambios de la Facultad, como en el Comité de selección de alumnos "Erasmus" de cada convocatoria. El Coordinador-Tutor se ocupará de supervisar los *"Learning Agreement"* de los estudiantes dentro del marco del programa "Erasmus" de acuerdo a los criterios anteriormente mencionados, lo que dependerá como hemos visto de la oferta específica de la universidad de destino que se detalla en cada una de las tablas anteriores.

Es igualmente posible que los estudiantes de este Grado opten por elegir un destino "Erasmus" tradicional, distinto al ofertado por los 7 socios del grado en Comercio Internacional, dentro de la oferta de 93 Universidades que actualmente mantienen acuerdo con nuestra Facultad. En este caso, el alumno se adhiere a la normativa vigente en la Universidad de León para alumnos "Erasmus": Acordar con el Coordinador-Tutor la equivalencia asignatura por asignatura de su plan de estudios y, a su regreso, reconocer las asignaturas cursadas. Este será el procedimiento que se seguirá con las asignaturas de segundo semestre, en caso de que el alumno opte por una estancia de un curso completo en alguna de las 7 universidades socias.

Teniendo en cuenta que la estancia de al menos un semestre en el extranjero es obligatoria para este tercer año, la docencia que se imparta en la Universidad de León en ese curso se orientará principalmente hacia los alumnos que se reciban tanto de las 7 universidades incluidas en el acuerdo de cooperación (quienes obtendrán el *"Diploma in International Business"*) como del resto de universidades Europeas y de otros lugares del mundo. En este sentido, es necesario destacar como elemento diferencial, respecto al resto de la oferta de estudios en nuestra Universidad, el hecho de que un semestre completo (30 ECTS) se impartirá en lengua inglesa. Los estudiantes que cursen ese tercer año y provengan de las 7 universidades socias, podrán estudiar lengua española, además de inglés y francés. Por otro lado, el propio atractivo, per se, del antes mencionado *"Diploma in International Business"*, puede conducir a que otros estudiantes extranjeros, con o sin conocimientos del idioma español, también opten por enrolarse en este primer semestre en inglés del tercer curso.

En todo caso, los estudiantes del Grado en Comercio Internacional que no hayan logrado superar todas y cada una de sus asignaturas del primer semestre de tercer curso durante su estancia en el extranjero podrán optar por superarlas posteriormente a su regreso a León.

*ii) El mecanismo para asignar al alumnado entre las distintas universidades con las que se tenga convenio.*

En cuanto al mecanismo para distribuir al alumnado entre las 7 Universidades socias, se seguirán los mismos criterios de asignación que consten en la convocatoria pública de participación en el programa "Erasmus" para los alumnos de la ULE (véase en la presente memoria el punto "A) PROGRAMAS DE INTERCAMBIO INTERNACIONALES / 1.-Programa Europeo de Aprendizaje Permanente: Subprograma "ERASMUS". Apartado 1.2 bases de Funcionamiento")

Los alumnos de tercer curso del Grado en Comercio Internacional participarán plenamente en la convocatoria general anual de plazas en destinos "Erasmus" y tendrán prioridad sobre otros alumnos de

la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales para ocupar alguna de las 5 plazas que ofertarán cada una de las 7 Universidades socias.

Hay que tener en cuenta que en la actualidad la Facultad oferta más de 200 plazas de intercambio "Erasmus" cada curso, de las cuales se cubren aproximadamente la mitad, y que la firma de los Acuerdos de Cooperación Académica para el Grado en Comercio Internacional con las 7 Universidades socias significa aumentar en 35 plazas la oferta actual, lo que cubre por entero las necesidades de plazas para la movilidad obligatoria.

En cuanto a la asignación de destino en sí, el alumno del Grado, al igual que el resto de estudiantes participantes en cada convocatoria "Erasmus", ha de seleccionar una serie de destinos por orden de prioridad (En su caso se trataría de priorizar los 7 destinos de las Universidades socias).

La prelación para escoger las plazas ofertadas se establece a partir del total de puntos alcanzados por el alumno, calculados en base a la nota media de su expediente académico más las certificaciones oficiales del nivel de conocimientos de idioma aportados, o bien el resultado de los exámenes específicos para cada convocatoria realizados por el Centro de Idiomas de la ULE (véase como modelo la convocatoria "Erasmus" para el curso 2009-2010)

- <http://www.unileon.es/index.php?elementID=779>).

*iii) Las formas de financiación disponibles por parte del alumnado para la realización de la movilidad obligatoria.*

Las formas de financiación de la movilidad obligatoria serán las normalmente establecidas como beca para alumnos "Erasmus", ya que esta será la condición que ostenten los alumnos de tercer curso del grado en Comercio Internacional durante su estancia de estudios en alguna de las 7 universidades socias. Los estudiantes dispondrán de ayudas a la movilidad compatibles con otras becas nacionales. Como referencia, las cantidades percibidas en el presente curso 2008-2009 han sido las siguientes:

- De la Unión Europea: 160 € al mes.
- Del Ministerio de Educación: Todos los alumnos seleccionados: 190€ al mes, y si se es becario MEC se añaden aproximadamente otros 420€ al mes.
- De la Junta de Castilla y León: 100€ al mes.

Estas cantidades suman un total de 450 €/mes (cantidades siempre aproximadas) para los no becarios MEC y de 870 €/mes para los becarios MEC. Es de esperar que esta aportación económica, calculada para el curso 2008-2009, vaya aumentando en los años venideros con la dedicación de mayores recursos financieros en apoyo de la permanente demanda de movilidad estudiantil internacional en plena sintonía con los objetivos fijados para el nuevo Espacio Europeo de Educación Superior.

De forma complementaria, el Organismo Autónomo para Programas Educativos Europeos también dispone de becas específicas que pueden solicitar los alumnos con discapacidad grave (movilidad o sensorial). Todos los becarios "Erasmus" recibirán igualmente ayuda de formación lingüística que cubrirá parcialmente los gastos concretos de esta formación (solo en el idioma pertinente para el destino) durante el curso académico en el que realice la movilidad y el inmediatamente anterior.

Además de la movilidad obligatoria del tercer curso dentro del marco del programa “Erasmus”, existen otras opciones de movilidad internacional voluntaria que el alumno del grado en Comercio Internacional puede seleccionar para complementar su formación durante el primer semestre del cuarto curso.

La Universidad de León, además del Programa “Erasmus”, mantiene otro programa propio de movilidad internacional denominado Programa “AMICUS”. Se trata de acuerdos suscritos con universidades de ámbitos no pertenecientes a la Unión Europea, como por ejemplo universidades de América del Norte y del Sur. O de la Federación Rusia, país con el que, incluso desde los tiempos de la antigua URSS la Universidad de León ya mantenía relaciones de intercambio. O de la Universidad de Xiangtan (República Popular China), de la que en la actualidad más de sesenta alumnos cursan en la ULE estudios de Ciencias Empresariales, en un programa de doble Diploma reconocido por ambas universidades.

Evidentemente, las opciones de las que disponen los estudiantes del Grado de Comercio Internacional les pueden llevar a confeccionarse su propio currículo “ad hoc”, produciéndose múltiples combinaciones. Valgan algunos ejemplos para exponer el carácter nítidamente internacional y las posibilidades del grado: Un estudiante puede estudiar su tercer año en una universidad del Reino Unido y ampliar una estancia en el extranjero en una universidad americana en el primer cuatrimestre del curso cuarto. Está claro que el nivel de combinaciones puede ser múltiple. Ese sería el caso de un estudiante que cursara su tercer año en una universidad británica en la que optara por el estudio de una tercera lengua, que podría ser portugués o chino, y pedir un destino convenio para el primer semestre del año siguiente en Brasil o China.

Tanto la vertiente netamente internacional como el amplio margen de oportunidades de formación académica, plurilingüística e intercultural de los alumnos que acabamos de describir de modo breve y esquemático, perfila un diseño de Grado atractivo, novedoso, moderno y diferenciador, que puede sin duda satisfacer las necesidades de la sociedad actual.

5.3.- Descripción detallada de los módulos o materias de enseñanza-aprendizaje de que consta el plan de estudios

<b>PLANIFICACIÓN DEL MÓDULO 1: MARKETING</b>	
<b>Denominación del módulo</b> <b>MARKETING</b>	<b>Créditos ECTS, carácter</b> <b>36 Créditos ECTS (900 horas)</b> <b>Obligatorios</b>
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b>	
<p>Este módulo está integrado por 3 materias impartidas en 3 cursos diferentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Marketing:</b> materia que sienta las bases del módulo integrada por dos asignaturas, Marketing internacional, impartida en el semestre 1º del 2º curso, y Marketing cross-cultural, impartida en el 1º semestre del 4º curso, configurando el eje central del módulo.</li> <li>• <b>Marketing operativo:</b> materia que con base en la anterior desarrolla la formación especializada del módulo, integrada por tres asignaturas, Dirección de ventas y gestión de precios, impartida en el 2º semestre del 2º curso, Logística y gestión de canales de comercialización, impartida en el 2º semestre del 3º curso, y Gestión del comercio internacional y electrónico, impartida en el 1º semestre del 4º curso.</li> <li>• <b>Investigación de mercados:</b> materia que define el tercer eje fundamental definitorio del contenido del módulo, integrada por una asignatura, Investigación de mercados internacionales, impartida en el 1º semestre del 3º curso.</li> </ul>	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTE MÓDULO</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer y comprender el concepto de marketing y sus ejes principales</li> <li>2. Conocer y aplicar las funciones del marketing en un contexto internacional</li> <li>3. Conocer y desarrollar un plan de marketing internacional.</li> <li>4. Comprender y aplicar estrategias de marketing internacional.</li> <li>5. Conocer y comprender aplicaciones específicas del marketing internacional en sectores concretos</li> <li>6. Conocer y comprender las particularidades de la aplicación del marketing en diferentes culturas</li> <li>7. Adquirir los conocimientos y habilidades precisas en dirección de ventas</li> <li>8. Conocer e implementar decisiones estratégicas y tácticas en precio</li> <li>9. Conocer y desarrollar un plan logístico y de gestión de la distribución</li> <li>10. Conocer y comprender las particularidades del comercio internacional</li> <li>11. Conocer y comprender las particularidades del comercio electrónico</li> <li>12. Conocer y desarrollar un proyecto de investigación de mercados internacional</li> <li>13. Conocer y aplicar técnicas cuantitativas de obtención de información en un contexto internacional</li> <li>14. Conocer y aplicar técnicas cualitativas de obtención de información en un contexto internacional</li> <li>15. Conocer e implementar técnicas de análisis de datos</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
<p>No existen requisitos previos de acceso al módulo pero sí se han especificado requisitos específicos para algunas de las materias y/o asignaturas que lo constituyen</p>	
<b>MATERIA 1: MARKETING</b> <b>12 Créditos ECTS (300 horas)</b> <b>Obligatoria</b>	<b>MATERIA 2: MARKETING OPERATIVO</b> <b>18 Créditos ECTS (450 horas)</b> <b>Obligatoria</b>
<b>MATERIA 3: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b> <b>6 Créditos ECTS (150 horas)</b> <b>Obligatoria</b>	

<p>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</p> <p>Se describen para cada una de las materias del módulo</p>
<p>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</p> <p>Los sistemas de evaluación se proponen para cada una de las materias</p>
<p><b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b></p> <p>La descripción de los contenidos se realiza para cada materia</p>

PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 1: MARKETING	
<p>Denominación de la materia</p> <p>MARKETING</p>	<p>Créditos ECTS, carácter</p> <p>12 Créditos ECTS (300 horas)</p> <p>Obligatorios</p>
<p>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</p>	
<p>Esta materia se divide en dos asignaturas: Marketing internacional, impartida en el 1<sup>er</sup> semestre del 2<sup>o</sup> curso, y Marketing cross-cultural, impartida en el 1<sup>er</sup> semestre del 4<sup>o</sup> curso.</p>	
<p><b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b></p>	
<p><b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)</p>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender el concepto de marketing, su integración en la dirección empresarial y sus ejes fundamentales: dirección de ventas, investigación de mercados y filosofía empresarial.</li> <li>2. Integrar el marketing en la dirección empresarial internacional, diferenciando las acciones de marketing estratégico y operacional.</li> <li>3. Conocer las decisiones que se han de tomar para el desarrollo de un plan de marketing internacional.</li> <li>4. Conocer y ser capaz de tomar decisiones estratégicas y tácticas en producto</li> <li>5. Conocer y ser capaz de tomar decisiones estratégicas y tácticas en precio</li> <li>6. Conocer y ser capaz de tomar decisiones estratégicas y tácticas en distribución</li> <li>7. Conocer y ser capaz de tomar decisiones estratégicas y tácticas en comunicación</li> <li>8. Comprender las especificidades de la aplicación del marketing en sectores concretos: agroalimentario, servicios e industrial.</li> <li>9. Comprender y profundizar en el marketing multicultural</li> <li>10. Análisis de las perspectivas <i>etic</i> y <i>emic</i> en la cultura empresarial internacional</li> <li>11. Analizar el desarrollo de estrategias de marketing cross-culturales</li> <li>12. Comprender la implementación operativa del marketing cross-cultural</li> <li>13. Analizar el comportamiento del consumidor en un contexto cross-cultural</li> <li>14. Analizar los efectos de la cultura de consumo local y la globalización</li> <li>15. Comprender el marketing cross-cultural para SMEs</li> </ol>	

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

(realizaciones que pueden medirse u observarse)

- Aplicar el concepto ampliado de marketing en sus diferentes ámbitos a nivel internacional
- Definir las funciones del marketing en la dirección de la empresa, describiendo las tareas asignadas en cada función
- Desarrollar un plan de marketing a través de un caso práctico para una situación real de una empresa en el contexto internacional
- Saber adoptar decisiones a nivel estratégico y táctico en la variables producto, precio, distribución y comunicación a través de la realización de prácticas en las que se presentan situaciones reales, así como la evaluación de los resultados obtenidos de determinadas decisiones
- Implementar específicamente las funciones del marketing en mercados industriales, de servicios, así como en el sector agroalimentario a través de la concreción de las particularidades en estos contextos de las decisiones en producto, precio, distribución y comunicación
- Determinar las particularidades del marketing cross-cultural a través del análisis de casos reales
- Plantear las ventajas de las perspectivas etic y emic en el estudio cross-cultural
- Saber adoptar decisiones estratégicas y tácticas ante determinadas situaciones de empresas que operan en mercados cross-culturales.
- Analizar el comportamiento del consumidor en un contexto cross-cultural y tomar decisiones de adaptación de la empresa en tales contextos
- Saber aplicar el concepto de marketing cross-cultural para las SMEs

## REQUISITOS PREVIOS

No existen requisitos previos de acceso a la asignatura Marketing internacional. Para cursar la asignatura Marketing cross-cultural, es necesario haber cursado previamente la asignatura Marketing internacional

### ASIGNATURA 1: MARKETING INTERNACIONAL

Obligatoria: 6 Créditos ECTS (150 horas)

### ASIGNATURA 2: MARKETING CROSS-CULTURAL

Obligatoria: 6 Créditos ECTS (150 horas)

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

1. Clase magistrales, permitiendo disponer de las diapositivas empleadas como apoyo en la exposición a través de la web. Estas clases se apoyarán igualmente en diversos materiales como lecturas, planteamiento de ejemplos reales y videos. 4 créditos ECTS. Competencias 1-15. Resultados 1-10.
2. Trabajo en casos prácticos y exposición ante el grupo. 3 créditos ECTS. Competencias 1-7 y 9-14. Resultados 1-4 y 6-9.
3. Seminarios y jornadas en las que se presenten situaciones reales de empresas. 3 créditos ECTS. Competencias 4-8 y 11-15. Resultados 4-5 y 8-10.
4. Tutorías colectivas con los diferentes grupos de trabajo, así como de manera concreta con cada grupo para la realización de los casos prácticos desarrollando un seguimiento de los mismos, así como tutorías individualizadas para el seguimiento del trabajo personal del alumno. 2 créditos ECTS. Competencias 1-15. Resultados 1-10.

## Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias

El sistema de evaluación para las dos asignaturas se desarrollará a través de:

- Una prueba escrita final en la que se evaluarán los conocimientos adquiridos. Esta prueba representará el 60%

de la puntuación total.

- La realización de casos prácticos a lo largo del desarrollo de la asignatura complementando y poniendo en práctica los conocimientos que se pretenden transmitir en las clases magistrales. Esta evaluación continuada representará el 40% de la puntuación total.

#### BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

##### Contenidos de Marketing internacional

El marketing internacional

Análisis de los entornos internacional y propio

Investigación y selección de mercados exteriores

Formas de entrada en los mercados exteriores: la exportación

Otras formas de entrada en los mercados exteriores

Gestión de producto en los mercados exteriores

Gestión de la distribución internacional

La comunicación en el marketing internacional

El precio en los mercados internacionales

Planificación y organización del marketing internacional

##### Contenidos de Marketing cross-cultural

El marketing cross-cultural

Estrategias de marketing cross-cultural

Decisiones tácticas de marketing cross-cultural

El comportamiento del consumidor cross-cultural

Local-globalización del consumo

Marketing cross-cultural para SMEs

<b>PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 2: MARKETING OPERATIVO</b>	
Denominación de la materia <b>MARKETING OPERATIVO</b>	Créditos ECTS, carácter <b>18 Créditos ECTS (450 horas)</b> <b>Obligatorios</b>
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b>	
<p>Esta materia se divide en tres asignaturas: Dirección de ventas y gestión de precios, impartida en el 2º semestre del 2º curso, Logística y gestión de canales de comercialización, impartida en el 2º semestre del 3º curso, y Gestión del comercio internacional y electrónico, impartida en el 1º semestre del 4º curso.</p>	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b>	
<b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender el concepto de la dirección de ventas</li> <li>2. Conocer y comprender la estructura de ventas, su organización y coordinación</li> <li>3. Conocer y comprender las estrategias y tácticas de comunicación interna en ventas</li> <li>4. Conocer el contenido del plan de ventas</li> <li>5. Conocer y comprender el concepto y las funciones del precio</li> <li>6. Comprender las estrategias y los procedimientos de fijación de precios</li> <li>7. Analizar las características de los precios en los mercados de gran consumo, mercados industriales y mercados de servicios</li> <li>8. Conocer la naturaleza y contenido de la distribución comercial internacional</li> <li>9. Analizar los tipos de estructura en los canales de distribución</li> <li>10. Conocer las funciones, estructura y clasificación del comercio mayorista</li> <li>11. Conocer las funciones, estructura y clasificación del comercio minorista</li> <li>12. Conocer y comprender las funciones del merchandising</li> <li>13. Conocer la organización y los principios del sistema mundial de comercio</li> <li>14. Analizar el sistema aduanero y los criterios de atribución, certificados y métodos de valoración</li> <li>15. Entender las especificidades de la contratación internacional: contrato de compra-venta, de intermediación e incoterms</li> <li>16. Conocer los medios de pago en el comercio internacional</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asumir las decisiones de ventas en el área estratégica, de gestión y de control</li> <li>2. Desarrollar una organización horizontal y vertical en la estructura de ventas</li> <li>3. Ser capaz de elaborar un manual de ventas</li> <li>4. Fijar el contenido de un plan de ventas, realizando una previsión de las ventas y una organización del territorio</li> <li>5. Poder adoptar decisiones estratégicas en precio</li> <li>6. Fijar el precio en función de los costes, en función de la demanda y en función de la competencia</li> <li>7. Identificar los factores determinantes de la fijación de precios en diversos sectores</li> <li>8. Poder establecer la estructura de distribución dadas situaciones concretas</li> <li>9. Tomar decisiones en materia de merchandising</li> <li>10. Ser capaz de resolver situaciones planteadas en contextos de aduanas</li> <li>11. Desenvolverse en contextos de contratación internacional</li> </ol>	

12. Tomar decisiones en medios de pago y financiación	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
Para cursar las tres asignaturas que integran esta materia: Dirección de ventas y gestión de precios, Logística y gestión de canales de comercialización y Gestión del comercio internacional y electrónico, es necesario haber cursado previamente la asignatura Marketing internacional.	
<b>ASIGNATURA 1: DIRECCIÓN DE VENTAS Y GESTIÓN DE PRECIOS</b> Obligatoria: 6 créditos ECTS (150 horas)	<b>ASIGNATURA 2: LOGÍSTICA Y GESTIÓN DE CANALES DE COMERCIALIZACIÓN</b> Obligatoria: 6 créditos ECTS (150 horas)
<b>ASIGNATURA 3: GESTIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL Y ELECTRÓNICO</b> Obligatoria: 6 créditos ECTS (150 horas)	
<p style="text-align: center;"><b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clase magistrales, permitiendo disponer de las diapositivas empleadas como apoyo en la exposición a través de la web. Estas clases se apoyarán igualmente en diversos materiales como lecturas, planteamiento de ejemplos reales y videos. 6 créditos ECTS. Competencias 1-16. Resultados 1-13.</li> <li>2. Trabajo en casos prácticos y exposición ante el grupo. 4,5 créditos ECTS. Competencias 1-16. Resultados 1-13.</li> <li>3. Seminarios y jornadas en las que se presenten situaciones reales de empresas. 4,5 créditos ECTS. Competencias 1-16. Resultados 1-13.</li> <li>4. Tutorías colectivas con los diferentes grupos de trabajo, así como de manera concreta con cada grupo para la realización de los casos prácticos desarrollando un seguimiento de los mismos, así como tutorías individualizadas para el seguimiento del trabajo personal del alumno. 4 créditos ECTS. Competencias 1-16. Resultados 1-13.</li> </ol>	
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b>	
<p>El sistema de evaluación para las dos asignaturas se desarrollará a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una prueba escrita final en la que se evaluarán los conocimientos adquiridos. Esta prueba representará el 60% de la puntuación total.</li> <li>• La realización de casos prácticos a lo largo del desarrollo de la asignatura complementando y poniendo en práctica los conocimientos que se pretenden transmitir en las clases magistrales. Esta evaluación continuada representará el 40% de la puntuación total.</li> </ul>	
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b>	
<p><b>Contenidos Específicos Dirección de ventas y gestión de precios</b></p> <p>Concepto de la función dirección de ventas</p> <p>La organización de la estructura de ventas</p> <p>Organización de la comunicación interna en ventas</p>	

Organización del territorio y de las rutas

Las ventas especiales

Naturaleza e importancia del precio como variable de marketing

Procedimientos de fijación de precios

Situaciones dinámicas en la fijación de precios

Los precios en diversos sectores

**Contenidos Específicos Logística y gestión de canales de comercialización**

El ámbito de la distribución comercial

Análisis de los canales de distribución

El comercio mayorista

El comercio minorista

Gestión del merchandising

Relaciones en el canal de distribución

La perspectiva internacional de la distribución comercial

**Contenidos Específicos Gestión del comercio internacional y electrónico**

El sistema mundial de comercio

La aduana y el arancel común

Origen de la mercancía y destinos aduaneros

La contratación internacional

Medios de pago y financiación de las operaciones de comercio internacional

El comercio electrónico

**PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 3: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

Denominación de la materia  
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Créditos ECTS, carácter  
6 Créditos ECTS (150 horas)  
Obligatorios

**Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio**

Esta materia se compone de una asignatura: Investigación de mercados internacionales, impartida en el 1<sup>er</sup> semestre del 3<sup>er</sup> curso.

**COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA**

**COMPETENCIAS**  
(actividades potenciales que realice el estudiante)

1. Comprender el concepto, las funciones y las aplicaciones de la investigación de mercados
2. Conocer y comprender las funciones y la implementación de un sistema de información de marketing internacional
3. Conocer las fases en la que se desarrolla una investigación de mercados
4. Comprender las particularidades de una investigación de mercados internacional
5. Entender el planteamiento del problema y la definición de los objetivos y necesidades de información en el proyecto de investigación de mercados internacionales
6. Comprender los diferentes tipos de investigación de mercados
7. Conocer y comprender las fuentes de información secundaria en un ámbito internacional
8. Conocer y comprender las fuentes de información primarias en el ámbito internacional
9. Comprender las técnicas de muestreo y los requisitos metodológicos precisos en la implementación de una investigación de mercados internacional.
10. Entender el diseño de los formatos de recogida de información en una investigación de mercados internacional
11. Conocer las tareas de trabajo de campo
12. Comprender cómo se realiza la edición y análisis de los datos
13. Ser capaz de utilizar una herramienta informática para el análisis de datos en una investigación de mercados
14. Ser capaz de presentar por escrito y exponer un informe resumen de un proyecto de investigación

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

(realizaciones que pueden medirse u observarse)

1. Analizar las funciones y la estructura de un sistema de información de marketing internacional a través del planteamiento de casos
2. Saber determinar las funciones y aplicaciones de la investigación de mercados
3. Poder desarrollar una investigación de mercados en un contexto internacional, adoptando las medidas oportunas en relación a la muestra, técnicas de obtención de información, información secundaria...
4. Plantear un proyecto de investigación de mercados para una situación real
5. Adquirir experiencia en el manejo de fuentes secundarias de información a las que se ha de acudir para una investigación de mercados internacional
6. Saber qué técnica de obtención de información es la más adecuada de acuerdo con la necesidad de información así como poder implementar tales técnicas
7. Poder ejecutar y controlar el trabajo de campo en la obtención de datos
8. Saber analizar los datos para responder a los objetivos de información a través de un soporte informático
9. Aplicar análisis univariados, bivariados y multivariados en el análisis de los datos
10. Presentar un informe escrito de una investigación de mercados y defenderlo en una exposición oral

### REQUISITOS PREVIOS

Para cursar la materia Investigación de mercados es necesario haber cursado previamente la asignatura Marketing internacional.

#### ASIGNATURA 1: INVESTIGACION DE MERCADOS INTERNACIONALES

Obligatoria: 6 Créditos ECTS (150 horas)

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

1. Clase magistrales, permitiendo disponer de las diapositivas empleadas como apoyo en la exposición a través de la web. Estas clases se apoyarán igualmente en diversos materiales como lecturas, planteamiento de ejemplos reales y videos. 2 créditos ECTS. Competencias 1-12 y 14. Resultados 1-7 y 9-10.
2. Trabajo en casos prácticos y exposición ante el grupo. 1,5 créditos ECTS. Competencias 1-12 y 14. Resultados 1-7 y 9-10.
3. Seminarios en los que se realicen prácticas de aplicación de técnicas de información primaria, prácticas con

<p>bases de datos y software estadístico. 1,5 créditos ECTS. Competencias 7-8 y 12-13. Resultados 5-6 y 8-9.</p> <p>4. Tutorías colectivas con los diferentes grupos de trabajo, así como de manera concreta con cada grupo para la realización de los casos prácticos desarrollando un seguimiento de los mismos, así como tutorías individualizadas para el seguimiento del trabajo personal del alumno. 1 créditos ECTS. Competencias 1-14. Resultados 1-10.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b></p> <p>El sistema de evaluación para las dos asignaturas se desarrollará a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una prueba escrita final en la que se evaluarán los conocimientos adquiridos. Esta prueba representará el 60% de la puntuación total.</li> <li>• La realización de casos prácticos a lo largo del desarrollo de la asignatura complementando y poniendo en práctica los conocimientos que se pretenden transmitir en las clases magistrales. Esta evaluación continuada representará el 40% de la puntuación total.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b></p> <p>Contenidos de Investigación de mercados internacionales</p> <p>La investigación de mercados internacional</p> <p>Diseño de una investigación de mercados internacionales</p> <p>La información secundaria en el entorno internacional</p> <p>Uso de datos secundarios en mercados internacionales</p> <p>La información primaria en el contexto internacional</p> <p>Investigación de marketing internacional en Internet</p> <p>Análisis e informe de los datos</p>

PLANIFICACIÓN DEL MÓDULO 2: METODOS CUANTITATIVOS	
<p>Denominación del módulo</p> <p>MÉTODOS CUANTITATIVOS</p>	<p>Créditos ECTS, carácter</p> <p>18 Créditos ECTS (450 horas)</p> <p>Mixto: 12 Formación Básica y 6 Obligatorios</p>
<p>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</p> <p>Este módulo está integrado por 2 materias que se imparten en 2 cursos diferentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Matemáticas: materia integrada por una asignatura impartida en el 1º semestre del 1º curso.</li> <li>• Estadística: materia integrada por dos asignaturas, la primera se imparte en el 2º semestre del 1º curso y la segunda se imparte en el 2º semestre del 2º curso.</li> </ul>	
<p>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTE MÓDULO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender la diferencia entre la generalidad y la particularidad de un razonamiento.</li> <li>2. Plantear y resolver problemas formales e interpretar problemas económicos en estos términos.</li> <li>3. Conocer y utilizar herramientas matemáticas adecuadas para la resolución de un determinado problema.</li> <li>4. Interpretar en términos económicos y/o reales las soluciones matemáticas de un problema dado.</li> <li>5. Conocer y comprender las técnicas estadísticas que se pueden aplicar en el análisis descriptivo de datos económico-empresariales.</li> <li>6. Conocer y comprender los principios teóricos de la probabilidad como medida de la incertidumbre, el concepto de variable aleatoria, y las características de los modelos probabilísticos de más utilidad en el ámbito de la economía y la empresa.</li> <li>7. Conocer y comprender las técnicas de inferencia estadística de mayor interés para analizar datos económico-empresariales.</li> <li>8. Conocer y comprender los principales métodos de muestreo estadístico y ser capaz de realizar diseños muestrales para obtener muestras representativas.</li> <li>9. Identificar y aplicar los métodos cuantitativos apropiados para el análisis de datos, la toma de decisiones, y la modelización y resolución de problemas económico-empresariales.</li> <li>10. Ser capaz de valorar e interpretar los resultados de la aplicación de métodos cuantitativos en el análisis de datos económicos-empresariales.</li> <li>11. Ser capaz de utilizar software de uso general –hoja de cálculo– y específico –matemático y estadístico– para el análisis de datos, la toma de decisiones, y la modelización y resolución de problemas económico-empresariales.</li> </ol>	
<p>REQUISITOS PREVIOS</p> <p>No existen requisitos previos de acceso al módulo pero sí se han especificado requisitos específicos para algunas de las materias y/o asignaturas que lo constituyen</p>	
<p>MATERIA 1: MATEMÁTICAS</p> <p>6 Créditos ECTS (150 horas).</p> <p>Formación Básica</p>	<p>MATERIA 2: ESTADÍSTICA</p> <p>12 Créditos ECTS (300 horas)</p> <p>Formación Básica: 6 créditos ECTS</p> <p>Obligatoria: 6 créditos ECTS</p>
<p>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</p>	

Se describen para cada una de las materias del módulo
<p style="text-align: center;"><b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b></p> Los sistemas de evaluación se proponen para cada una de las materias
<p style="text-align: center;"><b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b></p> La descripción de los contenidos se realiza para cada materia

<b>PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 1: MATEMÁTICAS</b>	
Denominación de la materia <b>MATEMÁTICAS</b>	Créditos ECTS, carácter 6 Créditos ECTS (150 horas). Formación Básica
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio	
Esta materia se imparte en el 1º semestre del 1º curso.	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b>	
<b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer que buena parte de los problemas que van a tratar a lo largo de su periodo formativo tienen un planteamiento en términos matemáticos y que su solución se puede obtener mediante el uso de herramientas de esta disciplina.</li> <li>2. Conocer propiedades básicas de algunas funciones elementales.</li> <li>3. Conocer e interpretar el concepto de límite de una función.</li> <li>4. Entender el concepto de continuidad de una función y los teoremas básicos sobre continuidad.</li> <li>5. Comprender el concepto de derivada y su interpretación como razón de cambio.</li> <li>6. Entender las propiedades que se pueden inferir de la derivación como las de crecimiento, extremos, concavidad, aproximación polinómica, etc.</li> <li>7. Entender los conceptos de primitiva de una función e integral indefinida y su relación con la derivación.</li> <li>8. Conocer teoremas básicos del Cálculo Integral y sus aplicaciones.</li> <li>9. Entender el concepto de sistema de ecuaciones lineales y de solución de un sistema de ecuaciones lineales.</li> <li>10. Entender el concepto de matriz y su relación con los sistemas de ecuaciones lineales.</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determinar si una función posee límite, y en su caso, calcularlo.</li> <li>2. Averiguar qué propiedades básicas posee o no una función y distinguir funciones de distintos tipos.</li> <li>3. Identificar el crecimiento de una función comparándolo con el de funciones elementales.</li> <li>4. Determinar si una función es continua y utilizar propiedades y teoremas sobre funciones continuas.</li> <li>5. Determinar si una función es derivable y utilizar propiedades y teoremas sobre funciones derivables.</li> <li>6. Aplicar los conceptos de la derivabilidad para tratar con funciones marginales y elasticidades.</li> <li>7. Calcular extremos relativos y/o absolutos de funciones.</li> <li>8. Determinar la concavidad y la convexidad de funciones.</li> <li>9. Aproximar funciones mediante el polinomio de Taylor.</li> <li>10. Determinar si una función es integrable y utilizar propiedades y teoremas sobre funciones integrables.</li> <li>11. Calcular primitivas de funciones.</li> <li>12. Aplicar el concepto de integral definida para la determinación de áreas.</li> <li>13. Discutir y resolver sistemas de ecuaciones lineales.</li> <li>14. Operar con matrices. Aplicar el cálculo matricial a la discusión y a la resolución de sistemas de ecuaciones lineales. Obtener la inversa de una matriz.</li> <li>15. Obtener aplicaciones a su ámbito formativo de los conceptos anteriores.</li> </ol>	

**REQUISITOS PREVIOS**

No se han establecido.

**Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante**

1. Clase magistral de los contenidos del programa mediante la exposición oral, el uso de pizarra o cañón de proyección, y el empleo de materiales de apoyo disponibles en la Web. 1,2 créditos ECTS. Competencias 1-10. Resultados de aprendizaje 1-15.
2. Clases prácticas para la discusión y resolución de problemas y ejercicios prácticos previamente trabajados por los estudiantes. 1 crédito ECTS. Competencias 1-10. Resultados de aprendizaje 1-15.
3. Seminarios en los que se realicen prácticas con software apropiado y se utilicen webs especializadas. 0,1 créditos ECTS. Competencias 1-10. Resultados de aprendizaje 1-15.
4. Tutorías colectivas para la realización de actividades formativas con presencia del profesor, y/o individuales para la preparación de trabajo personal. 0,2 créditos ECTS. Competencias 1-10. Resultados de aprendizaje 1-15.
5. Trabajo individual del alumno y realización de pruebas. 3,5 créditos ECTS. Competencias 1-10. Resultados de aprendizaje 1-15.

**Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias**

Se ofrece a los alumnos las opciones de evaluación única o evaluación continua. Cuando el alumno opte por la opción de evaluación continua, se obtendrá en torno al 70% de la nota mediante la calificación de las actividades y pruebas que se desarrollen a lo largo del curso. El aproximadamente 30% restante se obtendrá en una prueba final.

Para los alumnos que opten por la opción de evaluación única, la nota será la obtenida en un examen final.

**BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS**

**Contenidos de Matemáticas**

Conceptos básicos sobre funciones de una variable real.

Límites y continuidad de funciones.

Derivabilidad, monotonía, extremos relativos, concavidad, aproximación polinómica.

Aplicaciones (funciones marginales, elasticidades...).

Integración.

Cálculo de primitivas e integral indefinida.

Integral definida.

Aplicaciones.

Sistemas de ecuaciones lineales.

Matrices y aplicaciones.

PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 2: ESTADÍSTICA	
Denominación de la materia <b>ESTADÍSTICA</b>	Créditos ECTS, carácter 12 Créditos ECTS (300 horas) Mixto: 6 Formación Básica y 6 Obligatorios
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio	
Esta materia se divide en dos asignaturas: Estadística I, que se imparte en el 2º semestre del 1º curso, y Estadística II, que se imparte en el 2º semestre del 2º curso.	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b>	
<b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Entender qué es la Estadística, cuál es su importancia y utilidad en el ámbito económico-empresarial, y qué diferencia existe entre estadística descriptiva e inferencial.</li> <li>2. Conocer los elementos básicos de un estudio estadístico, así como los distintos modos de tabular y representar gráficamente la información cuando se estudia una sola característica y cuando se analizan dos de forma simultánea.</li> <li>3. Conocer las principales medidas estadísticas descriptivas que permiten sintetizar una distribución de frecuencias unidimensional.</li> <li>4. Entender los conceptos de independencia y correlación lineal, y conocer los fundamentos de la regresión.</li> <li>5. Comprender qué es una serie temporal y cuáles son sus componentes; conocer técnicas para su descripción y para realizar predicciones en el ámbito económico-empresarial.</li> <li>6. Conocer el significado y utilidad de los números índices simples y compuestos en el ámbito económico así como las principales características del Índice de Precios de Consumo.</li> <li>7. Comprender el concepto de probabilidad y conocer sus principios y teoremas básicos</li> <li>8. Entender el concepto de variable aleatoria, conocer sus funciones de probabilidad y características, así como los principales modelos probabilísticos.</li> <li>9. Comprender los conceptos de muestra aleatoria simple, parámetro, estadístico, estimador y distribución en el muestreo de un estadístico.</li> <li>10. Comprender el concepto de estimador puntual y conocer las propiedades deseables de los estimadores así como los procedimientos de estimación por intervalo para una y para dos poblaciones.</li> <li>11. Comprender el concepto y utilidad de un contraste de hipótesis y conocer los principales contrastes paramétricos.</li> <li>12. Conocer los principales contrastes no paramétricos y los requisitos para su utilización.</li> <li>13. Conocer los métodos de muestreo más utilizados en poblaciones finitas y entender la relación existente entre tamaño muestral y error de muestreo.</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar un estudio estadístico descriptivo unidimensional de acuerdo con los objetivos propuestos e interpretar los resultados obtenidos.</li> <li>2. Determinar el grado de independencia entre dos variables, y realizar e interpretar un análisis de regresión lineal.</li> <li>3. Utilizar el análisis de series temporales para describir y predecir la evolución de variables observadas a lo largo del tiempo.</li> <li>4. Utilizar los números índices simples y compuestos para determinar las variaciones de magnitudes económicas y describir las características generales del Índice de Precios de Consumo.</li> <li>5. Calcular probabilidades utilizando las propiedades y teoremas básicos de la Teoría de la Probabilidad.</li> </ol>	

<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Saber utilizar variables aleatorias y modelos probabilísticos para calcular probabilidades y modelizar situaciones en las que interviene el azar.</li> <li>7. Identificar los estadísticos adecuados para estimar los parámetros desconocidos de una distribución poblacional y comprobar las propiedades que verifican.</li> <li>8. Identificar y resolver situaciones en las que haya que construir intervalos de confianza y/o realizar contrastes de hipótesis para los parámetros de una y de dos poblaciones.</li> <li>9. Identificar y resolver situaciones en las que se deban utilizar contrastes de hipótesis no paramétricos.</li> <li>10. Elegir el método de muestreo más adecuado en cada caso para estimar parámetros en poblaciones finitas y determinar el tamaño de muestra correspondiente.</li> <li>11. Saber aplicar estos métodos estadísticos con la ayuda del software apropiado.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
<p>No existen requisitos previos de acceso a la asignatura Estadística I. Para cursar la asignatura Estadística II, es necesario haber cursado previamente la asignatura Estadística I</p>	
<b>ASIGNATURA 1: ESTADÍSTICA I</b> Formación Básica: 6 créditos ECTS (150 horas)	<b>ASIGNATURA 2: ESTADÍSTICA II</b> Obligatoria: 6 créditos ECTS (150 horas)
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clase magistral de los contenidos del programa mediante la exposición oral, el uso de pizarra o cañón de proyección, y el empleo de materiales de apoyo disponibles en la Web. 1,6 créditos ECTS (40 horas). Competencias 1-12. Resultados de aprendizaje 1-9.</li> <li>2. Clases prácticas para la discusión y resolución de problemas y ejercicios prácticos previamente trabajados por los estudiantes. 1,2 créditos ECTS (30 horas). Competencias 2-12. Resultados de aprendizaje 1-9.</li> <li>3. Seminarios en los que se realicen prácticas con hoja de cálculo y software estadístico apropiado y se utilicen webs especializadas. 1,2 créditos ECTS (30 horas). Competencias 2-12. Resultados de aprendizaje 1-10.</li> <li>4. Tutorías colectivas para la realización de actividades formativas con presencia del profesor, y/o individuales para la preparación de trabajo personal. 0,6 créditos ECTS (15 horas). Competencias 1-12. Resultados de aprendizaje 1-10.</li> <li>5. Trabajo individual del alumno, pruebas parciales y examen final. 7,4 créditos ECTS (185 horas). Competencias 1-12. Resultados de aprendizaje 1-10.</li> </ol>	
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b>	
<p>Las dos asignaturas tienen un mismo sistema de evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizará una prueba escrita final para evaluar la asimilación de conocimientos. Dicha prueba contribuirá a la nota final en 6 puntos y constará de preguntas teóricas (1,5 puntos) y ejercicios prácticos (4,5 puntos) similares a los realizados durante el curso.</li> <li>• Además, se realizará un proceso de evaluación continua que contribuirá en 4 puntos a la calificación final y que tendrá en cuenta la realización de pruebas parciales de conocimientos (2 puntos) y la realización de prácticas con ordenador (2 puntos).</li> </ul>	
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b>	
<p><b>Contenidos Específicos Estadística I</b></p> <p>Introducción a la Estadística y clasificación.</p> <p>Elementos básicos: población, muestra, variables, escalas de medida.</p> <p>Estadística descriptiva unidimensional: tabulación y representación gráfica. Medidas de posición, dispersión, forma y</p>	

concentración.

Estadística descriptiva bidimensional: tabulación y representación gráfica. Independencia. Regresión y correlación lineal.

Series temporales y números índices.

Conceptos básicos de probabilidad. Teoremas de la probabilidad total y de Bayes.

Variables aleatorias: concepto, funciones de probabilidad y características.

Principales modelos probabilísticos discretos y continuos.

### Contenidos Específicos Estadística II

Introducción a la Inferencia Estadística. Modelos probabilísticos asociados al muestreo.

Muestreo aleatorio simple. Concepto de estadístico y su distribución en el muestreo.

Estimación puntual y propiedades de los estimadores.

Estimación por intervalo para una población y para dos poblaciones.

Contrastes de hipótesis paramétricas para una población y para dos poblaciones.

Contrastes de bondad de ajuste y para tablas de contingencia.

Otros contrastes no paramétricos: aleatoriedad, localización y comparación de distribuciones.

Métodos de muestreo en poblaciones finitas. Tamaño muestral y error de muestreo.

## PLANIFICACIÓN DEL MÓDULO 3: ANALISIS Y ENTORNO ECONOMICO

Denominación del módulo ANÁLISIS Y ENTORNO ECONÓMICO	Créditos ECTS, carácter 24 Créditos ECTS (600 horas) Mixto: 12 Formación Básica y 12 Obligatorios
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b>	
Este módulo está integrado por 2 materias que se imparten en 3 cursos diferentes:	
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Análisis económico:</b> materia integrada por dos asignaturas que se imparten en 1<sup>er</sup> y 2<sup>o</sup> semestre del 1<sup>er</sup> curso.</li><li>• <b>Economía aplicada:</b> materia integrada por dos asignaturas que se imparten en el 1<sup>er</sup> semestre del 2<sup>o</sup> curso y 3<sup>er</sup> curso.</li></ul>	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTE MÓDULO</b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Conocer y comprender el concepto de economía como ciencia social, la naturaleza de los problemas económicos, el método económico y ser capaz de razonar como un economista.</li><li>2. Conocer y comprender los conceptos básicos de la teoría económica, así como las herramientas fundamentales del análisis económico para poder afrontar el estudio posterior de otras asignaturas y explicar de forma razonada y crítica la realidad económica.</li><li>3. Conocer las consecuencias de las distintas políticas económicas y su repercusión en la actividad empresarial.</li><li>4. Manejar con destreza fuentes estadísticas y documentales e informes económicos relacionados con las materias del módulo.</li><li>5. Tener capacidad para analizar críticamente textos económicos.</li><li>6. Trabajar con conceptos abstractos y en un contexto de generalidad.</li><li>7. Razonar lógicamente y trabajar analíticamente.</li><li>8. Entender el contexto en el que las decisiones empresariales han de ser abordadas y justificar las conclusiones usando argumentos económicos con el rigor apropiado.</li><li>9. Comunicar lo anterior de forma efectiva y clara tanto escrita como oralmente utilizando de manera adecuada el</li></ol>	

léxico económico más vinculado al módulo.	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
No existen requisitos previos de acceso al módulo pero sí se han especificado requisitos específicos para algunas de las materias y/o asignaturas que lo constituyen	
<b>MATERIA 1: ANÁLISIS ECONÓMICO</b> 12 Créditos ECTS (300 horas) Formación Básica: 12 créditos ECTS	<b>MATERIA 2: ECONOMÍA APLICADA</b> 12 Créditos ECTS (300 horas) Obligatorios: 12 créditos ECTS
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b> Se describen para cada una de las materias del módulo	
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b> Se proponen para cada una de las materias del módulo	
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b>	
Se realiza para cada materia del módulo	

<b>PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 1: ANÁLISIS ECONÓMICO</b>	
Denominación de la materia <b>ANÁLISIS ECONÓMICO</b>	Créditos ECTS, carácter 12 Créditos ECTS (300 horas) Formación Básica
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio	
Esta materia se divide en dos asignaturas: Microeconomía, que se imparten en el 2º semestre del 1º curso y Macroeconomía, que se imparte en el 1º semestre del 1º curso.	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b>	
<b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer y comprender los conceptos básicos de la microeconomía y de la macroeconomía.</li> <li>2. Entender los fundamentos de la oferta y la demanda, tanto individuales como agregadas.</li> <li>3. Conocer y comprender los problemas macroeconómicos fundamentales.</li> <li>4. Comprender el funcionamiento de una economía abierta.</li> <li>5. Entender las distintas políticas macroeconómicas y sus implicaciones sobre la realidad económica.</li> <li>6. Conocer y comprender el origen de las fluctuaciones y del crecimiento económico.</li> <li>7. Conocer y comprender los conceptos básicos de la teoría del consumidor y de la teoría de la empresa.</li> <li>8. Entender el funcionamiento de los distintos mercados tanto competitivos como no competitivos.</li> <li>9. Conocer y comprender los distintos fallos de mercado y su corrección mediante la intervención del Estado.</li> <li>10. Comprender de forma razonada y crítica la realidad económica.</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ser capaz de identificar y de analizar los distintos agregados macroeconómicos.</li> <li>2. Saber contextualizar los problemas macroeconómicos mediante la utilización de modelos formales que permitan un análisis cuantitativo.</li> <li>3. Ser capaz de realizar un análisis macroeconómico en un contexto de economía abierta.</li> <li>4. Ser capaz de analizar los problemas macroeconómicos con precisión y rigor para que la toma de decisiones sea óptima tanto en entornos de certidumbre como de incertidumbre.</li> <li>5. Saber identificar las variables que influyen sobre la conducta de los distintos agentes económicos.</li> <li>6. Ser capaz de plantear y resolver los problemas de decisión a los que se enfrentan los agentes económicos de manera rutinaria.</li> <li>7. Saber aplicar el análisis del equilibrio para identificar los resultados de las distintas formas de interacción entre individuos.</li> <li>8. Saber utilizar métodos estandarizados para la resolución de problemas de decisión que permitan un análisis cuantitativo.</li> <li>9. Ser capaz de distinguir entre el bienestar social y el bienestar de cada uno de los agentes económicos.</li> <li>10. Ser capaz de aplicar los conceptos y relaciones básicas de la teoría económica para comprender y explicar la realidad.</li> <li>11. Saber defender sus puntos de vista basados en razonamientos sólidos, de forma que se fomente el debate.</li> </ol>	



<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
No existen requisitos previos de acceso a la materia Análisis Económico.	
<b>ASIGNATURA 1: MICROECONOMÍA</b> Formación Básica: 6 Créditos ECTS (150 horas)	<b>ASIGNATURA 2: MACROECONOMÍA</b> Formación Básica: 6 Créditos ECTS (150 horas)
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	
<p>La distribución de las actividades formativas será la siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clases teóricas participativas para exponer los conceptos y contenidos propios de la materia con el apoyo de distintos materiales didácticos. 3,2 créditos ECTS (80 horas). Competencias 1-10. Resultados de aprendizaje 1-6 y 9-11.</li> <li>2. Seminarios y sesiones presenciales de carácter práctico así como tutorías programadas para la discusión de textos económicos, temas de interés y/o actualidad, resolución de problemas, realización de pruebas escritas, etc. Cuando la naturaleza de la actividad así lo requiera, estas sesiones se realizarán en grupos más reducidos de alumnos. Las distintas plataformas virtuales servirán de apoyo para la preparación y el seguimiento de muchas de estas actividades. 1,6 créditos ECTS (40 horas). Competencias 1-10. Resultados de aprendizaje 1-11.</li> <li>3. Trabajo autónomo de los alumnos para estudiar los contenidos y preparar trabajos o temas de discusión, así como para la realización de tutorías voluntarias y no programadas –colectivas o individuales, presenciales o virtuales- y resto de tareas relacionadas con la asignatura. 7,2 créditos ECTS (180 horas). Competencias 1-10. Resultados de aprendizaje 1-11.</li> </ol>	
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizará un proceso de evaluación continua que supondrá aproximadamente un 40 por ciento de la calificación final y que tendrá en cuenta la realización y la calidad del resultado de las actividades propuestas a lo largo del curso: asistencia continuada a clase, participación en seminarios de discusión, resolución de casos y problemas, pruebas escritas periódicas, etc.</li> <li>• Se realizará una prueba escrita al final del curso para evaluar la asimilación de los contenidos y la consecución de los objetivos de aprendizaje que representará alrededor del 60 por ciento de la calificación final.</li> </ul>	
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b>	
<p>Contenidos de Macroeconomía</p> <p>Objeto y método de la Economía.</p> <p>Agregados macroeconómicos.</p> <p>Oferta y demanda agregadas.</p> <p>Políticas macroeconómicas.</p> <p>Inflación y desempleo.</p>	

Sector exterior y tipos de cambio.

Crecimiento y fluctuaciones económicas.

#### Contenidos de Microeconomía

Teoría elemental del sistema de precios.

Teoría del comportamiento del consumidor.

Teoría del comportamiento de la empresa.

Mercados de competencia perfecta.

Mercados no competitivos.

Fallos de mercado e intervención del Estado.

<b>PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 2: ECONOMÍA APLICADA</b>	
<b>Denominación de la materia</b> <b>ECONOMÍA APLICADA</b>	<b>Créditos ECTS, carácter</b> <b>12 Créditos ECTS (300 horas)</b> <b>Obligatorio</b>
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b>	
<p>Esta materia se compone de dos asignaturas: Teoría y Política del Comercio Internacional y Economía e Integración Europea, que se imparten en el 1<sup>er</sup> semestre de los cursos 2<sup>o</sup> y 3<sup>o</sup>, respectivamente.</p>	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b>	
<b>COMPETENCIAS</b> <b>(actividades potenciales que realice el estudiante)</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender las fuentes del comercio internacional, tanto interindustrial como intraindustrial, según diferentes teorías.</li> <li>2. Identificar las ganancias del comercio, tanto para los agentes implicados como para el bienestar nacional y explicar los efectos del comercio internacional sobre la distribución del ingreso.</li> <li>3. Entender los efectos de la política comercial y estudiar las razones del interés de determinados colectivos públicos o privados en el comercio.</li> <li>4. Conocer los fundamentos del análisis microeconómico sobre la integración económica regional y las razones, fundamentalmente económicas, que explican el proceso de integración europea.</li> <li>5. Entender cómo el entorno económico principal de la actividad empresarial española está dejando de ser nacional para ser europeo.</li> <li>6. Conocer la importancia e influencia del marco normativo-institucional y del factor histórico en el proceso de integración europeo.</li> <li>7. Identificar las libertades que ha sido necesario asegurar para el funcionamiento y la garantía de la competencia de un mercado común.</li> <li>8. Conocer los fundamentos de la Teoría de las zonas monetarias óptimas y apreciar la complejidad y trascendencia de la Unión Monetaria Europea y sus relaciones con el Mercado Común.</li> <li>9. Conocer la estructura del presupuesto comunitario y su aplicación.</li> <li>10. Conocer las razones que explican la puesta en práctica de algunas políticas comunitarias y su impacto en el proceso de integración.</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> <b>(realizaciones que pueden medirse u observarse)</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demostrar teórica y empíricamente el principio de la ventaja comparativa y su importancia en la explicación del comercio internacional</li> <li>2. Caracterizar los flujos comerciales internacionales reales, identificar la estructura de los mercados donde se producen y explicar las razones de estos intercambios y sus consecuencias para los colectivos y sociedades implicados.</li> <li>3. Analizar teórica y empíricamente los efectos de las restricciones comerciales sobre los consumidores, los productores y la ciudadanía.</li> <li>4. Analizar empíricamente las causas y los efectos de la movilidad internacional de factores.</li> <li>5. Ser capaz de identificar y analizar cambios en la naturaleza y escala de la protección, tanto en países desarrollados como en desarrollo y discutir los probables impactos de los acuerdos internacionales sobre comercio y políticas relacionadas.</li> <li>6. Identificar las ventajas y los inconvenientes de la integración económica y valorar los efectos de la reducción/eliminación de las barreras comerciales, de la creación de un mercado común y de la unificación monetaria.</li> </ol>	

7. Explicar y justificar, de forma particularizada, por qué algunos países europeos deciden integrar sus economías.
8. Valorar las disparidades productivas, regionales y sociales dentro de la Unión Europea y discutir el impacto de las políticas comunitarias sobre los territorios/individuos afectados.
9. Argumentar con rigor científico la conveniencia o no de poner en práctica una política común sobre determinada materia.
10. Analizar los costes y beneficios de la ampliación de la Unión Europea, tanto desde el punto de vista nacional como comunitario.

<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
No existen requisitos previos de acceso a las asignaturas de esta materia, aunque resulta recomendable haber cursado con aprovechamiento la materia Análisis Económico, que pertenece a este mismo módulo.	
<b>ASIGNATURA 1: TEORÍA Y POLÍTICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL</b>  Obligatoria: 6 créditos ECTS (150 horas)	<b>ASIGNATURA 2: ECONOMÍA E INTEGRACIÓN EUROPEA</b>  Obligatoria: 6 créditos ECTS (150 horas)
<p style="text-align: center;"><b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b></p> <p>La distribución de las actividades formativas será la siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clases teóricas participativas para exponer los conceptos y contenidos propios de la materia con el apoyo de distintos materiales didácticos. 3,2 créditos ECTS (80 horas). Competencias 1-10. Resultados de aprendizaje 1-10.</li> <li>2. Seminarios y sesiones presenciales de carácter práctico así como tutorías programadas para el análisis y discusión de documentos, temas de interés o actualidad y datos económicos, la realización de ejercicios, de pruebas escritas periódicas y/o tareas colectivas o individuales incluida la exposición de trabajos previamente elaborados por los estudiantes. Las distintas plataformas virtuales servirán de apoyo para la preparación y el seguimiento de muchas de estas actividades. 1,6 créditos ECTS (40 horas). Competencias 1-10. Resultados de aprendizaje 1-10.</li> <li>3. Trabajo autónomo de los alumnos para estudiar los contenidos y preparar trabajos o temas de discusión, así como para la realización de tutorías voluntarias y no programadas –colectivas o individuales, presenciales o virtuales- y resto de tareas relacionadas con la asignatura. 7,2 créditos ECTS (180 horas). Competencias 1-10. Resultados de aprendizaje 1-10.</li> </ol>	
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizará un proceso de evaluación continua que supondrá aproximadamente entre el 40% y el 60% de la calificación final y que tendrá en cuenta la realización y la calidad del resultado de las actividades propuestas a lo largo del curso: asistencia continuada a clase, participación en seminarios de discusión, resolución de casos y problemas, pruebas escritas periódicas, realización de ensayos y trabajos individuales o colectivos, etc.</li> <li>• Se realizará una prueba escrita al final del curso para evaluar la asimilación de los contenidos y la consecución de los objetivos de aprendizaje que representará entre el 40% y el 60% de la calificación final. Dicha prueba tendrá amplia relación con el trabajo realizado durante el curso.</li> </ul>	
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b>	

#### **Contenidos Específicos de Teoría y Política del Comercio Internacional**

La ventaja comparativa. El modelo ricardiano.

La dotación de recursos. El modelo Heckscher-Ohlin.

Las economías de escala, la competencia imperfecta y el comercio internacional.

Otras teorías sobre comercio internacional. Las teorías heterodoxas.

Las políticas comerciales.

#### **Contenidos Específicos de Economía e Integración Europea**

La Teoría de los procesos de integración

Historia y análisis normativo-institucional de la UE

El Mercado Interior: las libertades fundamentales y la Política de Competencia

La Unión Monetaria

El Presupuesto de la Unión Europea

Las Políticas Comunitarias: la política agraria, la política de cohesión y otras.

PLANIFICACIÓN DEL MÓDULO 4: MARCO JURIDICO	
<p>Denominación del módulo</p> <p>MARCO JURÍDICO</p>	<p>Créditos ECTS, carácter</p> <p>24 Créditos ECTS (450 horas)</p> <p>Mixto: 6 Formación Básica y 18 Obligatorios</p>
<p>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</p> <p>Este módulo está integrado por 3 materias que se imparten en 2 cursos diferentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Régimen Jurídico del Mercado (Mercantil): materia integrada por una asignatura impartida en el 2º Semestre del 1º curso.</li> <li>• Derecho de los Negocios Internacionales (Mercantil): materia integrada por una asignatura impartida en el 1º Semestre del 2º curso.</li> <li>• Régimen Jurídico Nacional e Internacional del Derecho del Trabajo: materia integrada por una asignatura impartida en el 2º semestre del 2º curso.</li> <li>• Fiscalidad Empresarial: materia integrada por una asignatura impartida en el 1º semestre del 4º curso.</li> </ul>	
<p><b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTE MÓDULO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Entender el Derecho Mercantil y aplicar las normas mercantiles a los actos y contratos.</li> <li>2. Conocer los aspectos de la empresa y las obligaciones del empresario y resolver correctamente los problemas jurídicos relacionados.</li> <li>3. Conocer las principales sociedades y resolver los conflictos relativos a las mismas.</li> <li>4. Comprender el derecho de la competencia y de la propiedad industrial y resolver los problemas relacionados con la insolvencia patrimonial.</li> <li>5. Conocer, en la teoría y en la práctica, el régimen jurídico de las obligaciones mercantiles internacionales.</li> <li>6. Identificar los contratos mercantiles internacionales más representativos y solucionar la problemática más común en torno a los mismos.</li> <li>7. Comprender las circunstancias relativas al cumplimiento e inobservancia de los contratos mercantiles internacionales.</li> <li>8. Conocer el significado del arbitraje comercial internacional.</li> <li>9. Conocer el sistema de fuentes y las instituciones creadoras de las mismas a nivel nacional e internacional y su aplicación al caso concreto.</li> <li>10. Comprender los institutos básicos de las relaciones individuales y colectivas en el sistema de relaciones laborales.</li> <li>11. Identificar y resolver los problemas laborales existentes en las relaciones jurídicas trabadas en el Comercio Internacional.</li> <li>12. Conocer el régimen jurídico de trabajadores desplazados y fronterizos.</li> </ol>	
<p><b>REQUISITOS PREVIOS</b></p> <p>No existen requisitos previos de acceso.</p>	
MATERIA 1: Régimen Jurídico del Mercado (Mercantil)	MATERIA 2: Derecho de los Negocios Internacionales

6 Créditos ECTS (150 horas) Formación Básica	(Mercantil) 6 Créditos ECTS (150 horas) Obligatoria
MATERIA 3: RÉGIMEN JURÍDICO NACIONAL E INTERNACIONAL DEL DERECHO DEL TRABAJO 6 Créditos ECTS (150 horas) Obligatoria	MATERIA 4: FISCALIDAD EMPRESARIAL 6 Créditos ECTS (150 horas) Obligatoria
Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias Los sistemas de evaluación se proponen para cada una de las materias	
BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS La descripción de los contenidos se realiza para cada materia	

<b>PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 1: RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO (Mercantil)</b>	
<b>Denominación de la materia (asignatura)</b> RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO (MERCANTIL)	<b>Créditos ECTS, carácter</b> 6 Créditos ECTS (150 horas). Formación Básica
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b>	
Esta materia se imparte en el 2º semestre del 1º curso.	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b>	
<b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usar correctamente el lenguaje jurídico-mercantil, utilizando adecuadamente la técnica de la argumentación jurídica, y manejando las bases de datos de legislación, jurisprudencia y bibliografía, en orden a resolver los problemas y casos prácticos planteados sobre materia mercantil.</li> <li>2. Entender el concepto del Derecho Mercantil y conocer sus fuentes.</li> <li>3. Comprender los principios registrales mercantiles.</li> <li>4. Conocer los aspectos de la empresa sobre los que incide el Derecho Mercantil.</li> <li>5. Conocer las obligaciones del empresario y otros aspectos relacionados con su condición.</li> <li>6. Conocer las principales sociedades y entender su régimen jurídico.</li> <li>7. Comprender el sentido del Derecho de la Competencia y el Derecho de la Propiedad Industrial dentro del Derecho Mercantil.</li> <li>8. Conocer el significado y regulación de las obligaciones mercantiles.</li> <li>9. Comprender los principales contratos mercantiles y su régimen jurídico.</li> <li>10. Conocer los valores mobiliarios y su utilización conforme a la normativa mercantil.</li> <li>11. Conocer el Derecho Concursal y entender su aplicación práctica.</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplicar las normas mercantiles a los actos y contratos concretos e interpretarlas correctamente.</li> <li>2. Resolver problemas jurídicos relacionados con el empresario y sus obligaciones.</li> <li>3. Resolver adecuadamente las cuestiones prácticas más relevantes suscitadas en torno a la empresa.</li> <li>4. Resolver problemas relacionados con la actuación competitiva del empresario, en particular aplicando adecuadamente el Derecho de la competencia (defensa de la competencia y competencia desleal), el Derecho de la publicidad y el de la propiedad industrial.</li> <li>5. Identificar, interpretar y aplicar los principios registrales mercantiles y sus efectos jurídicos.</li> <li>6. Resolver conflictos relativos a las distintas sociedades mercantiles, como empresario social, identificando la normativa aplicable y adoptando la interpretación más correcta desde un punto de vista técnico.</li> <li>7. Aplicar la normativa relativa a las obligaciones y contratos mercantiles, resolviendo los problemas jurídicos que se plantean en los distintos contratos.</li> <li>8. Resolver problemas relacionados con los principales valores mobiliarios utilizados en la práctica mercantil.</li> <li>9. Identificar la problemática de la insolvencia patrimonial, siendo capaz de aplicar e interpretar la normativa concursal, resolviendo los problemas jurídicos derivados del concurso de acreedores.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
En principio no existen requisitos previos de acceso.	

**Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante**

La formación girará en torno a lecciones magistrales, clases prácticas con resolución de problemas con repercusión significativa en el ámbito mercantil, que pueden ser complementadas con otras actividades, como elaboración de trabajos y exposición y debate de los mismos, encaminadas a potenciar una sólida formación en la materia. Las actividades formativas se corresponden con las competencias que debe adquirir el estudiante.

**Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias**

Se valorarán los conocimientos teórico-prácticos adquiridos en la materia. A este fin se tendrán en consideración la prueba final o las posibles pruebas de conocimientos realizadas, en forma de examen, y, en su caso, la calificación otorgada a otras actividades desarrolladas. En cualquier caso, el sistema de evaluación será acorde a lo anunciado previamente por el Profesorado en la planificación docente.

**BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS**

**Contenidos Específicos Régimen Jurídico del Mercado**

Derecho Mercantil como sector del Ordenamiento Jurídico.

La empresa.

El empresario y sus obligaciones.

El Registro Mercantil.

Las sociedades mercantiles.

El Derecho de la Competencia (Defensa de la Competencia Y Competencia Desleal).

La Propiedad Industrial (Creaciones Industriales y Signos Distintivos)

Las obligaciones y contratos mercantiles.

Valores mobiliarios.

El Derecho Concursal.

<b>PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 2: DERECHO DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES (MERCANTIL)</b>	
<b>Denominación de la materia (asignatura)</b> DERECHO DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES	<b>Créditos ECTS, carácter</b> 6 Créditos ECTS (150 horas) Obligatoria
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b>	
Esta materia consta de una asignatura, que se imparte en el 1º semestre del 2º curso.	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b>	
<b>COMPETENCIAS (actividades potenciales que realice el estudiante)</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Entender el marco jurídico del comercio internacional, qué es el mercado supranacional o internacional, valorando correctamente su especialidad dentro del Derecho Mercantil, así como comprender cuál es su importancia y utilidad en el ámbito económico-empresarial.</li> <li>2. Conocer y manejar adecuadamente las fuentes del Derecho de los Negocios Internacionales.</li> <li>3. Conocer el régimen jurídico de las obligaciones mercantiles internacionales.</li> <li>4. Entender la justificación del Derecho de la contratación internacional.</li> <li>5. Comprender la teoría general de los contratos.</li> <li>6. Conocer los contratos mercantiles internacionales más representativos: compraventa mercantil internacional, contratos de intermediación comercial, contratos de cooperación, transporte internacional, etc.</li> <li>7. Comprender diversas circunstancias relacionadas con el cumplimiento/incumplimiento de los contratos mercantiles internacionales, de interés para los contratantes.</li> <li>8. Percatarse del significado del arbitraje comercial internacional</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE (realizaciones que pueden medirse u observarse)</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar un estudio del Derecho de los Negocios Internacionales, de acuerdo con los objetivos propuestos, a fin de interpretar los preceptos específicos y resolver los conflictos jurídicos suscitados en los temas referidos.</li> <li>2. Aplicar satisfactoriamente los preceptos referidos al enjuiciar casos prácticos reales relativos a esta materia.</li> <li>3. Saber identificar las obligaciones y contratos mercantiles celebrados, identificando la problemática generada en torno a los mismos.</li> <li>4. Utilizar los conocimientos sobre Derecho de los Negocios Internacionales para resolver problemas jurídicos, haciendo uso de técnicas adecuadas de interpretación y manejando con soltura las bases de datos sobre la materia.</li> <li>5. Identificar y resolver situaciones en la que se deba aplicar e interpretar normativa de muy diverso tipo para proteger a los contratantes que han celebrado un contrato internacional o han contraído obligaciones o adquirido un derecho como consecuencia de relaciones negociales internacionales.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
No existen requisitos previos de acceso a la asignatura Derecho de los Negocios Internacionales.	
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	
Respecto a las dos asignaturas la formación girará en torno a lecciones magistrales, clases prácticas con resolución de problemas con repercusión significativa en el ámbito mercantil, que pueden ser complementadas con otras actividades, como elaboración de trabajos y exposición y debate de los mismos, encaminadas a potenciar una sólida formación en la materia. Las actividades formativas se corresponden con las competencias que debe adquirir el estudiante.	

### **Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias**

Se valorarán los conocimientos teórico-prácticos adquiridos en la materia. A este fin se tendrán en consideración la prueba final o las posibles pruebas de conocimientos realizadas, en forma de examen, y, en su caso, la calificación otorgada a otras actividades desarrolladas. En cualquier caso, el sistema de evaluación será acorde a lo anunciado previamente por el Profesorado en la planificación docente.

### **BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS**

#### **Contenidos Específicos Derecho de los Negocios Internacionales**

Fuentes del Derecho de los Negocios Internacionales.

El Derecho de las obligaciones y contratos mercantiles internacionales: aspectos generales.

Contratos mercantiles internacionales más representativos: compraventa, suministro, contratos de intermediación, de cooperación, transporte internacional, etc.

La seguridad en las operaciones internacionales.

El arbitraje comercial internacional.

**PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 3: RÉGIMEN JURÍDICO NACIONAL E INTERNACIONAL DEL DERECHO DEL TRABAJO**

Denominación de la materia

RÉGIMEN JURÍDICO NACIONAL E INTERNACIONAL DEL DERECHO DEL TRABAJO

Créditos ECTS, carácter

6 Créditos ECTS (150 horas). Obligatoria

**Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio**

Esta materia se imparte en el 2º semestre del 2º curso.

**COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA**

**COMPETENCIAS**

(actividades potenciales que realice el estudiante)

1. Entender los conceptos básicos de las relaciones individuales y colectivas de trabajo, haciendo hincapié en su importancia y la trascendencia en el mercado de bienes y servicios tanto a nivel nacional como internacional.
2. Conocer los principales agentes que participan en la elaboración de las normas a nivel nacional e internacional.
3. Conocer las fuentes reguladoras aplicables a las relaciones laborales nacionales e internacionales.
4. Comprender los requisitos de instituciones básicas para el Derecho del Trabajo español y su interrelación con el Comercio Internacional, en especial el contrato de trabajo y el convenio colectivo.
5. Conocer el marco de desarrollo a nivel interno de la relación laboral individual con especial atención a las modalidades contractuales, tiempo de trabajo, modo y lugar, retribución, prevención de riesgos laborales, vicisitudes del contrato y extinción.
6. Comprender las vías de participación de trabajadores y empresarios en el sistema de relaciones laborales, representación unitaria, sindical y organizaciones empresariales a nivel nacional e internacional.
7. Comprender las implicaciones jurídicas de las normas colectivas en las relaciones laborales nacionales y su posible aplicación al ámbito internacional.
8. Conocer las normas dictadas por la Organización Internacional del Trabajo y su virtualidad jurídica en el comercio internacional.
9. Entender el funcionamiento básico de las instituciones comunitarias y las normas de carácter social dictadas por las mismas.
10. Conocer el régimen jurídico aplicable a la prestación transnacional de servicios en el ámbito comunitario e internacional y a los trabajadores fronterizos.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

(realizaciones que pueden medirse u observarse)

1. Identificar los operadores jurídicos en las relaciones laborales nacionales e internacionales.
2. Aplicar las fuentes reguladoras del contrato de trabajo en el ámbito español e internacional.
3. Resolver los problemas que se suscitan en relación con la contratación de trabajadores y durante el transcurso de la relación laboral, en especial como afrontar las distintas modificaciones que pueden surgir en las condiciones de trabajo.
4. Aprender a gestionar la extinción del contrato de trabajo, cuáles son los procedimientos a seguir y las consecuencias para trabajador y empresario.
5. Aprender las implicaciones que para las empresas que operan en España y en el extranjero tiene el sistema de participación de los trabajadores en el proceso productivo.
6. Aprender la naturaleza jurídica y obligatoriedad de los Convenios y Recomendaciones dictados por la Organización Internacional del Trabajo
7. Aprender la trascendencia práctica que para los países miembros, empresas y ciudadanos comunitarios tiene el

conjunto normativo de la Unión Europea.

8. Resolver los problemas suscitados en relación con la prestación de servicios de trabajadores desplazados en el ámbito comunitario.
9. Resolver los problemas suscitados en relación con la prestación de servicios de trabajadores desplazados en el ámbito extracomunitario.
10. Identificar las peculiaridades presentes en el régimen jurídico de la prestación de servicios de los trabajadores fronterizos.

## REQUISITOS PREVIOS

No existen requisitos previos de acceso a la asignatura Régimen jurídica nacional e internacional del Derecho del Trabajo

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

1. Exposición de los conceptos básicos del programa mediante la exposición oral, uso de pizarra o empleo de las nuevas tecnologías, fomentando la participación, diálogo y discusión con los alumnos. 1,5 Créditos ECTS. Competencias 1-10. Resultados de aprendizaje 1-10.
2. Realización de clases prácticas en las cuales, y a partir de unas indicaciones previas del profesor a los alumnos, estos trabajen individualmente o en grupo en la resolución de casos extraídos de la práctica empresarial, realizando una exposición de las conclusiones alcanzadas para su discusión con el resto del grupo bajo la supervisión del profesor. 1,5 Créditos ECTS. Competencias 1-10. Resultados de aprendizaje 1-10.
3. Realización de seminarios especializados sobre materias concretas, en especial para la utilización de herramientas informáticas en las cuales obtener información y documentación de los distintos operadores del Derecho del Trabajo nacional e internacional. 1,5 Créditos ECTS. Competencias 1-3 y 8-10. Resultados de aprendizaje 1-10.
4. Tutorías colectivas, y en caso necesario individuales, en las cuales se realice el seguimiento necesario sobre el trabajo de los alumnos. 1,5 Créditos ECTS. Competencias 1-10. Resultados de aprendizaje 1-10.

## Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias

- Se realizará una prueba escrita final para evaluar el grado de competencias adquiridas por los alumnos. Dicha prueba, que computará un total de 6 puntos para la nota final, tendrá dos partes: una teórica (3 puntos) y una práctica (3 puntos).
- Se realizará una evaluación continua que aportará 4 puntos a la nota final, tomando en consideración la participación y los resultados de las prácticas realizadas durante el curso (3 puntos), así como el seguimiento de los seminarios organizados al respecto (1 punto).

## BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Contenidos Específicos Régimen Jurídico nacional e internacional del Derecho del Trabajo

Introducción. Concepto y contenido del Derecho del Trabajo.

El Contrato de trabajo y sus sujetos

La formación del contrato y el marco de desarrollo

La prestación del trabajador. Lugar, modo y tiempo.

La prestación del empresario. La retribución

Las facultades rectoras y organizativas del empresario

Las vicisitudes del contrato de trabajo

La extinción del contrato de trabajo

Tipología del contrato de trabajo

Organización Internacional del Trabajo. Composición, régimen de funcionamiento y disposiciones dictadas  
Unión Europea. Órganos, funcionamiento, sistema de fuentes y Derecho Social Comunitario.  
Régimen jurídico de los trabajadores desplazados y transfronterizos.

PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 4: FISCALIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA EMPRESARIAL	
<b>Denominación de la materia</b> FISCALIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA EMPRESA	Créditos ECTS, carácter 6 Créditos ECTS (150 horas), Obligatoria
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b> Esta materia consta de una asignatura, que se imparte en el 1º semestre del 4º curso.	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b>	
<b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocimiento teórico-práctico de los tributos que afectan a la empresa.</li> <li>2. Aplicación de los tributos.</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)	
Adquirir los conocimientos necesarios para poder aplicar en la empresa los tributos.	
Poder calcular las retenciones y demás pagos a cuenta de la imposición sobre la renta.	
Practicar las liquidaciones correspondientes de los tributos sobre la renta por medios informáticos y telemáticos.	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
Los alumnos deben poseer conocimientos básicos de Derecho Mercantil, Civil, Laboral y de Contabilidad, por lo que la asignatura debería estar en último Curso.	
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clase presencial de la teoría del programa mediante exposición oral del profesor.</li> <li>2. Clases prácticas para la resolución de supuestos prácticos previamente proporcionados y resueltos por el estudiante.</li> <li>3. Seminarios para la exposición por los alumnos de cuestiones que se les propongan y su debate en relación a las competencias que se les atribuyen.</li> </ol>	
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b>	
Examen final escrito consistente en una cuestión teórica y dos supuestos prácticos. Dicha prueba se calificará con 7 puntos, restando 3 puntos para la calificación a lo largo del curso a través de los Seminarios y supuestos prácticos realizados.	
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b>	
Contenidos Específicos Fiscalidad nacional e internacional de la empresa	
Tributo: concepto y clases.	
Elementos básicos del tributo.	
Imposición directa.	
Imposición indirecta.	
Los principios básicos de la fiscalidad internacional.	
Convenios de doble imposición internacional.	
Impuesto sobre la renta de los no residentes.	

Planificación fiscal internacional.  
La transparencia fiscal internacional.  
Los paraísos fiscales.

<b>PLANIFICACIÓN DEL MÓDULO 5: CONTABILIDAD</b>	
Denominación del módulo <b>CONTABILIDAD</b>	Créditos ECTS, carácter 18 Créditos ECTS (450 horas) Formación obligatoria
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios</b>	
Este módulo está integrado por 2 materias que se imparten en 3 cursos diferentes: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Contabilidad:</b> materia integrada por dos asignaturas, la primera se imparte en el 1º semestre del 1º curso y la segunda se imparte en el 1º semestre del 2º curso.</li> <li>• <b>Análisis de Estados Financieros:</b> materia integrada por 1 asignatura impartida en el 2º semestre del 3º curso</li> </ul>	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTE MÓDULO</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender la utilidad de la contabilidad como sistema de información y toma de decisiones en el mundo empresarial</li> <li>2. Ser capaz de desarrollar el proceso contable general de una empresa y de contabilizar las principales operaciones</li> <li>3. Conocer el funcionamiento del Plan General de Contabilidad en España</li> <li>4. Ser capaz de comprender, analizar y aplicar las normas internacionales de información financiera (NIIFs-NICs) con mayor aplicación en el comercio internacional</li> <li>5. Ser capaz de valorar comparativamente los criterios y normas de valoración internacionales del IASB y las españolas</li> <li>6. Diseñar y aplicar la metodología y herramientas de análisis adecuadas en función de los objetivos del análisis a realizar</li> <li>7. Conocer y adquirir destreza en la utilización de las herramientas de análisis de los estados financieros</li> <li>8. Ser capaz de diagnosticar la situación financiera y económica de la empresa a partir de la información contenida en los estados financieros (capacidad de análisis y síntesis)</li> <li>9. Ser capaz de sintetizar los resultados del análisis y plasmar en un informe adecuadamente presentado las conclusiones más relevantes del mismo.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
No existen requisitos previos de acceso al módulo pero sí se han especificado requisitos específicos para algunas de las materias y/o asignaturas que lo constituyen	
<b>MATERIA 1: Contabilidad</b> 12 Créditos ECTS (300 horas) Formación Básica: 6 créditos ECTS Obligatoria: 6 créditos ECTS	<b>MATERIA 2: Análisis de Estados Financieros</b> 6 Créditos ECTS (150 horas) Formación obligatoria 6 créditos ECTS
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b> Se describen para cada una de las materias del módulo	
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b>	
Los sistemas de evaluación se proponen para cada una de las materias	
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b>	

La descripción de los contenidos se realiza para cada materia

<b>PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 1: Contabilidad</b>	
<b>Denominación de la materia</b> CONTABILIDAD	<b>Créditos ECTS, carácter</b> 12 Créditos ECTS (300 horas) Mixto: 6 Formación Básica y 6 Obligatorios
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios</b>  Esta materia se divide en dos asignaturas: Contabilidad Financiera que se imparte en el 1º semestre del 1º curso, y Normas Internacionales de Contabilidad, que se imparte en el 1º semestre del 2º curso.	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b>	
<b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Comprender la utilidad de la contabilidad como sistema de información y toma de decisiones en el mundo empresarial</li><li>2. Desarrollar el proceso contable general de una empresa y contabilizar las principales operaciones</li><li>3. Conocer el funcionamiento del Plan General de Contabilidad en España</li><li>4. Comprender, analizar y aplicar las normas internacionales de información financiera (NIIFs-NICs) con mayor aplicación en el comercio internacional</li><li>5. Valorar comparativamente los criterios y normas de valoración internacionales del IASB y las españolas</li></ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Registro de las operaciones del proceso contable general: inicio, transcurso del ejercicio y cierre -</li><li>2. Interpretación de anotaciones contables</li><li>3. Patrimonio empresarial: identificación de elementos y masas patrimoniales, y relaciones entre ellas</li><li>4. Comprensión de conceptos clave: cargo, abono, inversión, financiación, gasto, ingreso, etc.</li><li>5. Ser capaz de aplicar las normas internacionales de contabilidad en la contabilización de las principales operaciones</li></ol>	

<p>6. Ser capaz de valorar las principales diferencias entre la normativa contable internacional y las normas contables españolas y su posible efecto en los estados financieros</p>	
<p><b>REQUISITOS PREVIOS</b></p>	
<p>No existen requisitos previos de acceso para la asignatura Contabilidad Financiera. Para cursar la asignatura Normas Internacionales de Contabilidad, es necesario haber cursado previamente la asignatura Contabilidad Financiera</p>	
<p><b>ASIGNATURA 1: Contabilidad Financiera</b> Formación Básica: 6 Créditos ECTS (150 horas)</p>	<p><b>ASIGNATURA 2: Normas Internacionales de Contabilidad</b> Obligatoria: 6 Créditos ECTS (150 horas)</p>
<p><b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lección magistral de los contenidos básicos del programa mediante la exposición oral y el apoyo de medios audiovisuales adecuados (Competencias 1 a 4; Resultados 1-5): 2,4 créditos de la materia</li> <li>• Clases prácticas para la resolución y debate de supuestos que complementan y refuerzan los conceptos anteriores (Competencias 2-5; Resultados 1-6): 3 créditos de la materia.</li> <li>• Tutorías colectivas para la realización de actividades formativas con presencia del profesor, y/o individuales para la preparación de trabajo personal (Competencias 1-5; Resultados 1-6): 1 crédito de la materia.</li> <li>• Trabajos en grupo de propuesta y resolución de supuestos, que serán supervisados a través de las tutorías anteriores (Competencias 2-3; Resultados 1-4): 0,5 créditos en la asignatura de Contabilidad Financiera.</li> <li>• Trabajos en grupo de análisis de normas internacionales de contabilidad con la elaboración de casos prácticos ilustrativos (Competencias 4-5; Resultados 5-6): 0,5 créditos de 150 horas en la asignatura de Normas Internacionales de Contabilidad</li> <li>• Trabajo personal autónomo del alumno y realización de exámenes (Competencias 1-5; Resultados 1-6): 4,6 créditos de la materia.</li> </ul>	
<p><b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b></p>	
<p>En la asignatura de Contabilidad Financiera se realizará una prueba final escrita que comprenderá una parte teórica y otra relativa a la resolución de uno/varios supuestos prácticos. La puntuación oscilará entre 7-8 puntos sobre 10.</p> <p>Se valorará la participación activa en las clases presenciales, así como en las tutorías individuales y/o colectivas (1 punto sobre 10)</p> <p>Los trabajos en grupo puntuarán 1-2 sobre 10 puntos</p> <p>En la asignatura de Normas Internacionales de Contabilidad se realizará una prueba final escrita cuya puntuación supondrá 6 puntos sobre 10.</p> <p>Se valorará la participación activa en las clases presenciales, así como en las tutorías individuales y/o colectivas (1 punto sobre 10)</p> <p>Los trabajos en grupo o individuales sobre las Normas contables internacionales puntuarán 3 puntos sobre 10 puntos</p>	

## BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

### Contenidos Específicos de Contabilidad Financiera

Fundamentos de la contabilidad: concepto, registro y método contable

El proceso contable general

Normalización contable

El patrimonio empresarial: activo, pasivo y patrimonio neto

La renta empresarial: ingresos, gastos y resultado

Las Cuentas Anuales

### Contenidos Específicos de Normas Internacionales de Contabilidad

Normas relativas a partidas del balance

Normas relativas a partidas de la cuenta de resultados

Normas relativas a operaciones en moneda extranjera y conversión de estados

Normas relativas al tratamiento contable del impuesto

<b>PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 2: Análisis de estados Financieros</b>	
<b>Denominación de la materia</b> ANALISIS DE ESTADOS FINANCIEROS	<b>Créditos ECTS, carácter</b> 6 Créditos ECTS (150 horas) Formación Obligatoria
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios</b> Esta materia se imparte en la asignatura Análisis de Estados Financieros que se imparte en el 2º semestre del 3º curso.	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b>	
<b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseñar y aplicar la metodología y herramientas de análisis adecuadas en función de los objetivos del análisis a realizar</li> <li>2. Conocer y adquirir destreza en la utilización de las herramientas de análisis de los estados financieros</li> <li>3. Capacidad de análisis y síntesis</li> <li>4. Habilidad para utilizar en el análisis las fuentes de información disponibles</li> <li>5. 5.- Toma de decisiones en función del análisis efectuado</li> <li>6. Capacidad para aplicar la teoría a la práctica</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)	
Diseño del método de análisis en función de los objetivos perseguidos Determinación de las técnicas y herramientas de análisis a utilizar en cada caso Adquirir destreza en la aplicación de las técnicas y herramientas de análisis a empresas simuladas y reales Comprensión de los conceptos clave (liquidez, solvencia, rentabilidad, etc.) a valorar en el análisis Ser capaz de elaborar y presentar un informe final en el que se plasmen los resultados principales y las conclusiones derivadas del análisis realizado Utilización de recursos informáticos en el tratamiento de datos y presentación de resultados	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
Para cursar la asignatura Análisis de Estados Financieros, es necesario haber cursado previamente la asignatura Contabilidad Financiera	
<b>ASIGNATURA : Análisis de Estados Financieros</b> Formación obligatoria: 6 créditos ECTS (150 horas)	
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	
Exposición en el aula, mediante clase magistral, de los conceptos básicos y de las técnicas más usuales de análisis de estados financieros, utilizando el cañón de proyección, la pizarra, así como el material didáctico puesto a disposición previamente de los alumnos en el aula virtual: 1,2 créditos ECTS. Competencias 1, 2 y 3. Resultados del aprendizaje 1, 2, 3 y 4.	

Clases prácticas en el aula dedicadas al planteamiento, discusión y resolución de supuestos que permitan ilustrar la aplicación de las técnicas y herramientas de análisis a casos reales e inventados. El alumno, de forma guiada, resolverá los ejercicios prácticos que previamente se le hayan entregado, utilizando para ello, en su caso, la hoja electrónica de cálculo. Posteriormente el alumno expondrá el trabajo realizado fomentando así la interacción con el conjunto de la clase: 1,5 créditos ECTS. Competencias 2 a 6. Resultados del aprendizaje 1 a 6.

Tutorías colectivas presenciales en pequeños grupos y/o individuales para la preparación del trabajo personal del alumno con la ayuda del profesor, así como a distancia: 0,5 créditos ECTS. Competencias 3 a 6. Resultados del aprendizaje 3 y 5.

Otras actividades: estudio individual, preparación de trabajos de forma individual o en grupo, exámenes, etc., 2,8 créditos. Competencias 1 a 6. resultados del aprendizaje 1 a 6.

#### Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias

En la asignatura de Análisis de Estado Financieros se realizará una prueba final escrita que comprenderá una parte teórica y otra relativa a la resolución de varios supuestos prácticos. La puntuación oscilará entre 7-8 puntos sobre 10.

Se valorará la participación activa en las clases presenciales, así como en las tutorías individuales y/o colectivas (1 punto sobre 10)

Los trabajos en grupo, en su caso, puntuarán 1-2 sobre 10 puntos

#### BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

##### Contenidos Específicos de Análisis de Estados Financieros

Metodología del análisis de estados Financieros

Utilidad y limitaciones de la información contable para el análisis

Primera parte: Análisis financiero

- Análisis de la liquidez y de la solvencia
- Análisis del periodo medio de maduración y del capital circulante
- Ratios de situación financiera

Segunda parte: Análisis económico

- Análisis de los costes y del punto de equilibrio
- Análisis de la rentabilidad
- Análisis de los beneficios

Preparación y presentación del informe como resultado del análisis efectuado

La contabilidad creativa

PLANIFICACIÓN DEL MÓDULO 6: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN	
Denominación del módulo ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN	Créditos ECTS, carácter 18 Créditos ECTS (450 horas) Mixto: 6 Formación Básica y 12 Obligatorios
<p align="center"><b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b></p> <p>Este módulo está integrado por una sola materia que se imparte en 3 cursos diferentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Organización y Dirección de Empresas:</b> materia integrada por tres asignaturas, Fundamentos de Administración de Empresas, que se imparte en el 1º semestre del 1º curso; Dirección de Recursos Humanos, que se imparte en el 2º semestre del 2º curso; y Dirección Internacional de la Empresa, que se imparte en el 1º semestre del 3º curso</li> </ul>	
<p align="center"><b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTE MÓDULO</b></p> <p align="center"><b>COMPETENCIAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender los conceptos de empresa, empresario, procesos de dirección, decisión y crecimiento empresarial, gestión de recursos humanos y dirección de operaciones</li> <li>2. Administrar y dirigir cualquier tipo de empresa –nacional o internacional-, entendiendo su ubicación competitiva e institucional <b>tanto en un entorno nacional como internacional</b></li> <li>3. Administrar el espíritu emprendedor, la capacidad de adaptación a los cambios y la creatividad <b>en las empresas nacionales e internacionales</b></li> <li>4. Planificar y organizar cualquier tarea en la empresa con el objetivo final de ayudar en la toma de decisiones empresariales <b>tanto en un entorno nacional como internacional</b></li> <li>5. Comprender el comportamiento de las personas en el ámbito de las organizaciones para gestionar individuos y grupos de trabajo desde una perspectiva de recursos humanos</li> <li>6. Tener capacidad para trabajar en equipo, liderar, dirigir, planificar y supervisar equipos multidisciplinares y multiculturales, tanto en un entorno nacional como internacional.</li> </ol> <p align="center"><b>RESULTADOS DEL APRENDIZAJE</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocimiento de las teorías y modelos de organización de las empresas desde perspectivas estructurales y conductuales para asegurar su funcionamiento eficaz y eficiente, prestando especial atención a los aspectos humanos en las organizaciones</li> <li>2. Desarrollo de un pensamiento crítico aplicado a la recogida, análisis, interpretación, síntesis y transmisión de la información</li> <li>3. Resolución de problemas relacionados con la gestión de la empresa –nacional e internacional- y toma de decisiones de forma creativa e innovadora</li> <li>4. Habilidad para comunicarse y defender argumentos por escrito y oralmente</li> <li>5. Entendimiento de la diversidad en términos de personas y culturas</li> </ol>	
<p align="center"><b>REQUISITOS PREVIOS</b></p> <p>No existen requisitos previos de acceso al módulo pero sí se han especificado requisitos específicos para algunas de las materias y/o asignaturas que lo constituyen</p>	

<p><b>MATERIA 1: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS</b></p> <p>18 Créditos ECTS (450 horas)</p> <p>Formación Básica: 6 créditos ECTS</p> <p>Obligatoria: 12 créditos ECTS</p>
<p>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</p> <p>Las actividades formativas se describen para la materia</p>
<p style="text-align: center;"><b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b></p> <p>Los sistemas de evaluación se proponen para la materia</p>
<p style="text-align: center;"><b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b></p> <p>La descripción de los contenidos se realiza para la materia</p>

PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 1: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	
<p>Denominación de la materia</p> <p>ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS</p>	<p>Créditos ECTS, carácter</p> <p>18 Créditos ECTS (450 horas)</p> <p>Mixto: 6 Formación Básica y 12 Obligatorios</p>
<p>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</p> <p>Esta materia se divide en tres asignaturas: Fundamentos de Administración de Empresas, que se imparte en el 1º semestre del 1º curso; <b>Dirección de Internacional Recursos Humanos</b>, que se imparte en el 2º semestre del 2º curso; y Dirección Internacional de la Empresa, que se imparte en el 2º semestre del 3º curso.</p>	
<p><b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b></p> <p style="text-align: center;"><b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender los conceptos de empresa, empresario, procesos de dirección, decisión y crecimiento empresarial, gestión de recursos humanos y dirección de operaciones</li> <li>2. Administrar y dirigir cualquier tipo de empresa –nacional o internacional-, entendiendo su ubicación competitiva e institucional</li> <li>3. Administrar el espíritu emprendedor, la capacidad de adaptación a los cambios y la creatividad en la empresa</li> <li>4. Planificar y organizar cualquier tarea en la empresa con el objetivo final de ayudar en la toma de decisiones empresariales</li> <li>5. Comprender el comportamiento de las personas en el ámbito de las organizaciones para gestionar individuos y grupos de trabajo desde una perspectiva de recursos humanos</li> <li>6. Tener capacidad para trabajar en equipo, liderar, dirigir, planificar y supervisar equipos multidisciplinares y multiculturales, tanto en un entorno nacional como internacional.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocimiento de las teorías y modelos de organización de las empresas desde perspectivas estructurales y conductuales para asegurar su funcionamiento eficaz y eficiente, prestando especial atención a los aspectos humanos en las organizaciones</li> <li>2. Desarrollo de un pensamiento crítico aplicado a la recogida, análisis, interpretación, síntesis y transmisión de la información</li> <li>3. Resolución de problemas relacionados con la gestión de la empresa –nacional e internacional- y toma de decisiones de forma creativa e innovadora</li> <li>4. Habilidad para comunicarse y defender argumentos por escrito y oralmente</li> <li>5. Entendimiento de la diversidad en términos de personas y culturas</li> </ol>	
<p style="text-align: center;"><b>REQUISITOS PREVIOS</b></p>	

No existen requisitos previos de acceso a la asignatura Fundamentos de Administración de Empresas. No obstante, para cursar las asignaturas **Dirección Internacional de Recursos Humanos** y Dirección Internacional de la Empresa es necesario haber cursado previamente la asignatura Fundamentos de Administración de Empresas

<p><b>ASIGNATURA 1: FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</b></p> <p>Formación Básica: 6 Créditos ECTS (150 horas)</p>	<p><b>ASIGNATURA 2: DIRECCIÓN INTERNACIONAL DE RECURSOS HUMANOS</b></p> <p>Obligatoria: 6 Créditos ECTS (150 horas)</p>
<p><b>ASIGNATURA 3: DIRECCIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA</b></p> <p>Obligatoria: 6 Créditos ECTS (150 horas)</p>	
<p>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados a la Organización y Dirección de Empresas, utilizando el método de la lección magistral, y asimilación de los mismos por parte del alumnado (4,5 créditos ECTS: 1,5 créditos en cada asignatura). Competencias 1, 2, 3, 4 y 5</li> <li>2. Actividades en el aula relativas al seguimiento individual o grupal del aprendizaje y de la adquisición de capacidades. Incluyen la formación en la metodología de resolución de ejercicios prácticos así como su aplicación, y la metodología de estudio de casos, con la correspondiente preparación y discusión de los casos con los alumnos (7,5 créditos ECTS: 2,5 créditos en cada asignatura) Competencias 2, 3, 4 y 6</li> <li>3. Trabajos tutelados realizados con los alumnos de forma individual o grupal. (3 créditos ECTS: 1 crédito en cada asignatura). Competencias 1, 2, 3, 4, 5 y 6</li> <li>4. Preparación, evaluación y seguimiento: (3 créditos ECTS: 1 crédito en cada asignatura). Competencias 1, 2, 3, 4, 5 y 6</li> </ol> <p>El trabajo del alumno supondrá dos tercios del total de créditos.</p>	
<p><b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b></p> <p>En las tres asignaturas se realizará una evaluación continua, individual y grupal, de las actividades y trabajos realizados (40%), así como una evaluación a través de una prueba escrita final (60%), que constará de una parte teórica y otra práctica</p>	
<p><b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b></p> <p>Contenidos Específicos de Fundamentos de Administración de Empresas</p> <p>La empresa como sistema</p> <p>La empresa y el empresario</p> <p>La dirección de la empresa y el proceso de toma de decisiones</p> <p>Desarrollo y crecimiento de la empresa</p> <p>Introducción a la dirección de Recursos Humanos en la empresa</p> <p>Introducción a la dirección de operaciones</p> <p>Contenidos Específicos de <b>Dirección Internacional de Recursos Humanos</b></p> <p><b>Recursos Humanos y socios estratégicos globales</b></p> <p><b>Entorno global y globalización económica</b></p>	

Gestión de la diversidad y cumplimiento de la legislación internacional en materia de Recursos Humanos

Gestión de expatriados

Planificación Internacional de Recursos Humanos

Fundamentos de los Sistemas de Recursos Humanos en empresas multinacionales

Políticas de Recursos Humanos para el ajuste de los expatriados

Aspectos motivacionales para la Dirección Internacional de Recursos Humanos

#### Contenidos Específicos de Dirección Internacional de la Empresa

La globalización del entorno empresarial

La expansión internacional de la empresa: proceso de internacionalización, modos de entrada en los mercados internacionales y cooperación en la estrategia internacional

Organización y dirección de empresas internacionales: organización y coordinación, filiales exteriores, dirección internacional de recursos humanos

Factores nacionales en la internacionalización de la empresa

## PLANIFICACIÓN DEL MÓDULO 7: FINANZAS

Denominación del módulo <b>FINANZAS</b>	Créditos ECTS, carácter 12 Créditos ECTS (300 horas) Mixto: 6 Formación Básica y 6 Obligatorios
<p style="text-align: center;"><b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b></p> <p>Este módulo está integrado por 2 materias que se imparten en 2 cursos diferentes:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Gestión financiera:</b> materia integrada por una asignatura básica, que se imparte en el 2º semestre del 1er curso.</li><li>• <b>Finanzas internacionales:</b> materia integrada por una asignatura obligatoria, que se imparte en el 1er semestre del 3er curso.</li></ul>	
<p style="text-align: center;"><b>COMPETENCIAS QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTE MÓDULO</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Reconocer la función financiera dentro de las múltiples actividades que realiza la empresa, especialmente en relación con la función comercial.</li><li>2. Entender los conceptos de capitalización y descuento, valor futuro y valor presente. Conocer y aplicar distintos métodos de cálculo de anualidades.</li><li>3. Conocer la terminología y los métodos aplicables al análisis de proyectos de inversión. Traducir cualquier proyecto a términos financieros susceptibles de análisis.</li><li>4. Aplicar los métodos para determinar si es recomendable que la empresa acometa un proyecto. Seleccionar entre proyectos recomendables el más adecuado a las condiciones de la empresa.</li><li>5. Conocer las posibilidades de financiación con que cuenta la empresa.</li><li>6. Aplicar los métodos para hallar el coste que cada fuente de financiación representa.</li><li>7. Comprender el efecto de la financiación sobre el valor de la empresa, tanto de los diferentes tipos de deuda como de los fondos propios, que incluyen la política de dividendos.</li><li>8. Conocer las principales teorías sobre estructura óptima de capital; y aplicarlas para decidir la estructura óptima de una empresa.</li><li>9. Desarrollar el razonamiento lógico y la capacidad para el pensamiento creativo y la resolución de problemas.</li><li>10. Mejorar en los métodos de comunicación efectiva y las relaciones interpersonales.</li><li>11. Aprender las normas éticas y de conducta.</li><li>12. Reconocer las características básicas que secuencian la dinámica en la progresiva regionalización e internacionalización financiera.</li><li>13. Conocer los requisitos básicos que han determinado la creación de la Unión Económica y Monetaria Europea, con la puesta en circulación de la moneda única europea.</li><li>14. Reconocer las funciones que tiene asignada cualquier moneda internacional, identificando el potencial que puede tener el euro.</li><li>15. Entender la dinámica que ha presentado la sistematización monetaria internacional.</li><li>16. Reconocer las causas y consecuencias de la progresiva internacionalización financiera.</li><li>17. Reconocer las características principales, la estructura y el funcionamiento de los mercados de divisas, evidenciando su función de cobertura de riesgos, arbitraje y especulación.</li><li>18. Identificar la estructura y funcionamiento del mercado internacional de créditos.</li><li>19. Comprender los atributos básicos inherentes a los diferentes mercados internacionales, tanto de renta fija como de renta variable.</li><li>20. Comprender las características principales, la estructura y el funcionamiento de los euromercados.</li><li>21. Conocer las teorías sobre la internacionalización empresarial.</li><li>22. Entender el proceso de internacionalización empresarial e identificar las principales decisiones financieras adoptadas por las empresas implicadas en dichos negocios multinacionales.</li><li>23. Conocer las características básicas de los principales productos financieros que son ofertados para facilitar la inversión y la financiación, tanto en el corto como en el largo plazo, en las operaciones de comercio internacional.</li></ol>	

## RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTE MÓDULO

1. Hallar las anualidades y otros términos de préstamos con diferentes modalidades de amortización.
2. Seleccionar proyectos de inversión, por métodos estáticos y dinámicos.
3. Calcular el efecto de la inflación y la fiscalidad sobre los proyectos de inversión, realizando análisis de sensibilidad a la variación de estos factores.
4. Elaborar tablas financieras para analizar conjuntamente proyectos de inversión puros y distintas alternativas de financiación.
5. Calcular el coste de los diferentes tipos de fuentes de financiación propias y ajenas.
6. Calcular el coste medio ponderado de los recursos de una empresa con diferentes alternativas de estructura de capital.
7. Identificar las ventajas y desventajas que el proceso de regionalización monetaria generan a los diferentes agentes financieros, nacionales y comunitarios.
8. Diferenciar y comparar las principales causas y consecuencias que han caracterizado a las sucesivas crisis financieras, desde los setenta, incidiendo en la actual crisis hipotecaria y financiera mundial.
9. Reconocer los factores que influyen en la determinación y en las variaciones del tipo de cambio de una divisa. Calcular las paridades en los tipos de interés, plantear operaciones de arbitraje con divisas, etc.
10. Operar con las eurodivisas y los créditos gestionados por la banca multinacional. Calcular el coste efectivo del crédito internacional.
11. Diferenciar los eurobonos y euronotas de otros productos de renta fija internacional.
12. Identificar las posibilidades de inversión internacional en renta variable, realizando aplicaciones prácticas.
13. Reconocer las ventajas y desventajas de operar en mercados financieros organizados y no organizados.
14. Identificar la forma de penetración y las causas que han motivado la internacionalización empresarial.
15. Seleccionar alternativas de financiación en el comercio internacional con aplicaciones prácticas, calculando el coste efectivo de las diferentes opciones.

## REQUISITOS PREVIOS

No existen requisitos previos de acceso al módulo ni a las materias que lo forman

### MATERIA 1: GESTIÓN FINANCIERA

6 Créditos ECTS (150 horas)

Formación Básica: 6 créditos ECTS

### MATERIA 2: FINANZAS INTERNACIONALES

6 Créditos ECTS (150 horas)

Formación Obligatoria: 6 Créditos ECTS

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Se describen para cada asignatura.

## Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias

Se describe para cada asignatura.

## BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Se describen para cada asignatura.



<b>PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 1: GESTIÓN FINANCIERA</b>	
Denominación de la materia <b>GESTIÓN FINANCIERA</b>	Créditos ECTS, carácter 6 Créditos ECTS (150 horas) 6 Formación Básica
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio	
Esta materia se imparte en el 2º semestre del 1er curso.	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b>	
<b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reconocer la función financiera dentro de las múltiples actividades que realiza la empresa, especialmente en relación con la función comercial.</li> <li>2. Entender los conceptos de capitalización y descuento, valor futuro y valor presente. Conocer y aplicar distintos métodos de cálculo de anualidades.</li> <li>3. Conocer la terminología y los métodos aplicables al análisis de proyectos de inversión. Traducir cualquier proyecto a términos financieros susceptibles de análisis.</li> <li>4. Aplicar los métodos para determinar si es recomendable que la empresa acometa un proyecto. Seleccionar entre proyectos recomendables el más adecuado a las condiciones de la empresa.</li> <li>5. Conocer las posibilidades de financiación con que cuenta la empresa.</li> <li>6. Aplicar los métodos para hallar el coste que cada fuente de financiación representa.</li> <li>7. Comprender el efecto de la financiación sobre el valor de la empresa, tanto de los diferentes tipos de deuda como de los fondos propios, que incluyen la política de dividendos.</li> <li>8. Conocer las principales teorías sobre estructura óptima de capital; y aplicarlas para decidir la estructura óptima de una empresa.</li> <li>9. Desarrollar el razonamiento lógico y la capacidad para el pensamiento creativo y la resolución de problemas.</li> <li>10. Mejorar en los métodos de comunicación efectiva y las relaciones interpersonales</li> <li>11. Apreciar las normas éticas y de conducta.</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hallar las anualidades y otros términos de préstamos con diferentes modalidades de amortización.</li> <li>2. Seleccionar proyectos de inversión, por métodos estáticos y dinámicos.</li> <li>3. Calcular el efecto de la inflación y la fiscalidad sobre los proyectos de inversión, realizando análisis de sensibilidad a la variación de estos factores.</li> <li>4. Elaborar tablas financieras para analizar conjuntamente proyectos de inversión puros y distintas alternativas de financiación.</li> <li>5. Calcular el coste de los diferentes tipos de fuentes de financiación propias y ajenas.</li> <li>6. Calcular el coste medio ponderado de los recursos de una empresa con diferentes alternativas de estructura de capital.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
No existen requisitos previos de acceso a la asignatura Gestión financiera I.	

<b>ASIGNATURA 1: GESTIÓN FINANCIERA</b> Formación Básica: 6 créditos ECTS (150 horas)	
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clase magistral de los contenidos del programa mediante la exposición oral, el uso de pizarra o cañón de proyección, y el empleo de materiales de apoyo disponibles en la Web. 2 créditos ECTS. Competencias 1-8 y 11. Resultados de aprendizaje 1-6.</li> <li>2. Clases prácticas para la discusión y resolución de problemas, casos y ejercicios prácticos. 2 créditos ECTS. Competencias 2, 4, 6, 8, 9, 10 y 11. Resultados de aprendizaje 1-6.</li> <li>3. Seminarios en los que se realicen prácticas con medios informáticos y se utilicen bases de datos e información procedente de webs especializadas en información financiera. 1 crédito ECTS. Competencias 1-11. Resultados de aprendizaje 1-6.</li> <li>4. Tutorías colectivas para la realización de actividades formativas con presencia del profesor, y/o individuales para la preparación de trabajo personal. 1 créditos ECTS. Competencias 1-11. Resultados de aprendizaje 1-6.</li> </ol>	
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizará una prueba escrita final para evaluar la asimilación de conocimientos. Dicha prueba contribuirá a la nota final en 9 puntos y constará de preguntas teóricas (4,5 puntos) y ejercicios prácticos (4,5 puntos) similares a los realizados durante el curso.</li> <li>• Además, se realizará un proceso de evaluación continua que contribuirá en un máximo de 4,5 puntos a la calificación final, en sustitución de una parte de la prueba escrita a criterio del profesor. Para ello, el profesor planteará diversas actividades individuales y en grupo que el alumno puede realizar voluntariamente y deberá entregar por escrito.</li> <li>• La asistencia y participación del alumno en las clases contribuirá con un máximo de 1 punto a la nota final. Para su calificación se tendrá en cuenta el material entregado por el alumno al profesor sobre las discusiones, casos, ejercicios, etc. desarrollados en esas clases.</li> <li>• La nota final se puede incrementar mediante la realización de trabajos tutelados (hasta 0,5 puntos).</li> </ul>	
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b>	
<p><b>Contenidos Específicos Gestión financiera</b></p> <p>Introducción a la gestión financiera de la empresa.</p> <p>El valor del dinero en el tiempo, los flujos de efectivo y la amortización de préstamos.</p> <p>La decisión de inversión: concepto y tipos de inversiones, parámetros de un proyecto, métodos estáticos y dinámicos de selección de inversiones, análisis de proyectos puros, extensiones del análisis de proyectos: efecto de la inflación y la fiscalidad.</p> <p>La decisión de financiación: el entorno de las decisiones financieras, los medios básicos de financiación, el coste de los distintos tipos de recursos.</p> <p>La estructura de capital y la política de dividendos.</p>	

<b>PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 2: FINANZAS INTERNACIONALES</b>	
<b>Denominación de la materia</b> FINANZAS INTERNACIONALES I	<b>Créditos ECTS, carácter</b> 6 Créditos ECTS (150 horas) 6 Obligatorios
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b>	
<p>Esta materia está formada por una asignatura: <i>Finanzas Internacionales I</i>, que se imparte en el segundo semestre del tercer curso.</p>	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b>	
<b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reconocer las características básicas que secuencian la dinámica en la progresiva regionalización e internacionalización financiera.</li> <li>2. Conocer los requisitos básicos que han determinado la creación de la Unión Económica y Monetaria Europea, con la puesta en circulación de la moneda única europea.</li> <li>3. Reconocer las funciones que tiene asignada cualquier moneda internacional, identificando el potencial que puede tener el euro.</li> <li>4. Entender la dinámica que ha presentado la sistematización monetaria internacional.</li> <li>5. Reconocer las causas y consecuencias de la progresiva internacionalización financiera.</li> <li>6. Reconocer las características principales, la estructura y el funcionamiento de los mercados de divisas, evidenciando su función de cobertura de riesgos, arbitraje y especulación.</li> <li>7. Identificar la estructura y funcionamiento del mercado internacional de créditos.</li> <li>8. Comprender los atributos básicos inherentes a los diferentes mercados internacionales, tanto de renta fija como de renta variable.</li> <li>9. Comprender las características principales, la estructura y el funcionamiento de los euromercados.</li> <li>10. Conocer las teorías sobre la internacionalización empresarial.</li> <li>11. Entender el proceso de internacionalización empresarial e identificar las principales decisiones financieras adoptadas por las empresas implicadas en dichos negocios multinacionales.</li> <li>12. Conocer las características básicas de los principales productos financieros que son ofertados para facilitar la inversión y la financiación, tanto en el corto como en el largo plazo, en las operaciones de comercio internacional.</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar las ventajas y desventajas que el proceso de regionalización monetaria generan a los diferentes agentes financieros, nacionales y comunitarios.</li> <li>2. Diferenciar y comparar las principales causas y consecuencias que han caracterizado a las sucesivas crisis financieras, desde los setenta, incidiendo en la actual crisis hipotecaria y financiera mundial.</li> <li>3. Reconocer los factores que influyen en la determinación y en las variaciones del tipo de cambio de una divisa. Calcular las paridades en los tipos de interés, plantear operaciones de arbitraje con divisas, etc.</li> <li>4. Operar con las eurodivisas y los créditos gestionados por la banca multinacional. Calcular el coste efectivo del crédito internacional.</li> <li>5. Diferenciar los eurobonos y euronotas de otros productos de renta fija internacional.</li> <li>6. Identificar las posibilidades de inversión internacional en renta variable, realizando aplicaciones prácticas.</li> <li>7. Reconocer las ventajas y desventajas de operar en mercados financieros organizados y no organizados</li> </ol>	

<ol style="list-style-type: none"> <li>8. Identificar la forma de penetración y las causas que han motivado la internacionalización empresarial.</li> <li>9. Seleccionar alternativas de financiación en el comercio internacional con aplicaciones prácticas, calculando el coste efectivo de las diferentes opciones.</li> </ol>
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>
<p>No se exigen requisitos previos para cursar la asignatura de Finanzas Internacionales I.</p>
<b>ASIGNATURA : FINANZAS INTERNACIONALES I</b> Formación obligatoria: 6 créditos ECTS (150 horas)
<p style="text-align: center;"><b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clases teóricas participativas sobre los conceptos y contenidos propios de la materia mediante la exposición oral, el uso de pizarra o cañón de proyección, y el empleo de materiales de apoyo disponibles en la Web. 1,2 créditos ECTS (30 horas). Competencias 1-12. Resultados de aprendizaje 1-9.</li> <li>2. Seminarios y sesiones presenciales de carácter práctico en las que se discutan y resuelvan ejercicios y casos que versen sobre cualquier producto, mercado o intermediario financiero, previamente trabajados por los estudiantes. 0,8 créditos ECTS (20 horas). Competencias 2-12. Resultados de aprendizaje 1-9.</li> <li>3. Tutorías colectivas, presenciales o virtuales, dedicadas a la orientación en la realización de actividades formativas pro parte del alumnado. 0,4 créditos ECTS (10 horas). Competencias 1-12. Resultados de aprendizaje 1-9.</li> <li>4. Trabajo individual del alumno, incluyendo la evaluación y seguimiento requerido para una correcta asimilación y práctica de los contenidos básicos de la materia. 3,6 créditos ECTS (90 horas). Competencias 1-12. Resultados de aprendizaje 1-9.</li> </ol>
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizará una prueba escrita final para evaluar la asimilación de conocimientos. Dicha prueba contribuirá a la nota final en 5 puntos y constará de preguntas teóricas (4 puntos) y una parte práctica de la asignatura (1 punto).</li> <li>• Además, se realizará un proceso de evaluación continua que contribuirá en 4 puntos a la calificación final. Dicha nota tendrá en cuenta la realización de diversas actividades, tanto de forma individual como en grupo, que serán planteadas por el profesor y que precisen la entrega y/o presentación, por parte del alumno, de casos resueltos, de ejercicios, de trabajos, etc.</li> <li>• Se computará la asistencia y participación del alumno en las clases, tanto teóricas como prácticas, con una valoración máxima de 1 punto a la calificación final. Dicha nota tendrá en cuenta la participación activa en el desarrollo de las clases.</li> </ul>
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b>
<p><b>Contenidos Específicos de Finanzas Internacionales I</b></p> <p>Sistema Monetario Europeo y el Euro.          Sistema Monetario Internacional.</p> <p>Crisis Financieras e Internacionalización del Capital Financiero.</p> <p>Mercado de divisas y tipo de cambio.</p> <p>Mercado internacional de créditos.</p>

Mercado internacional de renta fija y de renta variable.

Inversión y financiación de operaciones en el extranjero.

Productos financieros negociados en los mercados internacionales.

<b>PLANIFICACIÓN DEL MÓDULO 8/MATERIA 1: INFORMÁTICA</b>	
<b>Denominación del módulo</b> <b>INFORMÁTICA</b>	<b>Créditos ECTS, carácter</b> <b>6 Créditos ECTS (150 horas)</b> <b>Obligatorios</b>
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b> Este materia está integrado por 1 asignatura: Informática aplicada a la empresa, que se imparte en el 2º semestre del Curso 1º.	
<b>COMPETENCIAS QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTE MÓDULO</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manejar con destreza las herramientas ofimáticas aplicadas en la empresa.</li> <li>2. Capacidad de gestionar y procesar datos</li> <li>3. Destreza para la utilización de sistemas de información</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DEL APRENDIZAJE</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saber utilizar herramientas informáticas para la empresa</li> <li>2. Saber utilizar hoja de cálculo</li> <li>3. Saber utilizar bases de datos informatizadas</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
No existen requisitos previos de acceso al módulo	
<b>MATERIA 1: INFORMÁTICA APLICADA AL MARKETING</b> <b>6 Créditos ECTS (150 horas)</b> <b>Obligatoria</b>	
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados, utilizando el método de la lección magistral,. 1 crédito ECTS. Competencias 1 a 3. Resultados 1 a 3.</li> <li>2. Prácticas en ordenador. 2 créditos ECTS. Competencias 1 a 3. Resultados 1 a 3.</li> <li>3. Trabajos prácticos. 2 créditos ECTS. Competencias 1 a 3. Resultados 1 a 3.</li> <li>4. Tutorías (grupales o individuales) y evaluación. 1 créditos ECTS. Competencias 1 a 3.</li> </ol> <p>Resultados 1 a 3.</p>	
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b>	

Se realizará evaluación continua con la realización de trabajos prácticos y una prueba sobre los conocimientos adquiridos. Ambos sistemas tendrán igual peso en la evaluación final.

#### BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

##### Contenidos Específicos Informática Aplicada a la Empresa

Introducción a la gestión de herramientas ofimáticas

Gestión avanzada de hoja de cálculo

Gestión de Bases de Datos

Creación de presentaciones informáticas

Aplicaciones de gestión empresarial

PLANIFICACIÓN DEL MÓDULO 9: IDIOMAS	
Denominación del módulo  IDIOMAS	Créditos ECTS, carácter  42 Créditos ECTS (1050 horas) Mixto: 6 Formación Básica y 36 Obligatorios
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio	
<p>Este módulo está integrado por 2 materias que se imparten en 4 cursos diferentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inglés: materia integrada por cuatro asignaturas, la primera se imparte en el 1<sup>er</sup> semestre del 1<sup>o</sup> curso, la segunda se imparte en el 1<sup>er</sup> semestre del 2<sup>o</sup> curso, la tercera en el 1<sup>er</sup> semestre del 3<sup>o</sup> curso y la cuarta en el 1<sup>er</sup> semestre del 4<sup>o</sup> curso.</li> <li>• Francés: materia integrada por tres asignaturas, la primera se imparte en el 2<sup>do</sup> semestre del 2<sup>o</sup> curso, la segunda se imparte en el 2<sup>do</sup> semestre del 3<sup>o</sup> curso y la 3<sup>a</sup> se imparte en el 1<sup>er</sup> semestre del cuarto curso.</li> </ul>	
COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTE MÓDULO	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer y comprender de forma tanto científica como intuitiva la lengua específica (Inglés / Francés), lo que permitirá al alumno un desarrollo eficaz dentro del ámbito del comercio internacional.</li> <li>2. Conocer y comprender la terminología propia del contexto del comercio internacional en cuanto a su significado, empleo y pronunciación.</li> <li>3. Conocer y comprender las estructuras gramaticales características, giros y expresiones que gobiernan la lengua específica en el contexto del comercio internacional.</li> <li>4. Desarrollar las cuatro competencias lingüísticas de la lengua específica (comprensión lectora, expresión escrita, comprensión oral y expresión oral) de forma adecuada y competente para los distintos ámbitos comerciales.</li> <li>5. Desarrollar la habilidad para adquirir y asimilar nuevos conocimientos y destrezas en las cuatro competencias de la lengua específica y ser capaz de utilizarlos posteriormente en la práctica profesional.</li> <li>6. Aplicar una permanente actitud de aprendizaje y de espíritu investigador respecto al conocimiento y actualización de las lenguas específicas aplicadas al contexto del comercio internacional.</li> <li>7. Ser capaz de trabajar tanto de forma autónoma como en equipo, en un contexto comercial internacional, diverso y multicultural.</li> <li>8. Reconocer las diferencias entre distintas culturas así como las normas de uso y asegurar la mediación interlingüística.</li> <li>9. Reflexionar de forma crítica sobre la propia cultura y las demás, entendiendo que la propia perspectiva y la manera de pensar están determinadas culturalmente y no son universales por defecto.</li> </ol>	
REQUISITOS PREVIOS	
No existen requisitos previos de acceso al módulo pero sí se han especificado requisitos específicos para algunas de las materias y/o asignaturas que lo constituyen.	
<b>MATERIA 1: INGLES</b> 24 Créditos ECTS ( 600 horas) Formación Básica: 6 créditos ECTS Obligatoria: 18 créditos ECTS	<b>MATERIA 2: FRANCES</b> 18 Créditos ECTS (450 horas) Obligatoria: 18 créditos ECTS
Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las	

**competencias que debe adquirir el estudiante**

Se describen para cada una de las materias del módulo

**Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias**

Los sistemas de evaluación se proponen para cada una de las materias

**BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS**

La descripción de los contenidos se realiza para cada materia

PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 1: INGLES	
Denominación de la materia  INGLES	Créditos ECTS, carácter  24 Créditos ECTS (600 horas) Mixto: 6 Formación Básica y 18 Obligatorios
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio	
Esta materia está integrada por cuatro asignaturas, la primera se imparte en el 1 <sup>er</sup> semestre del 1 <sup>o</sup> curso, la segunda se imparte en el 1 <sup>er</sup> semestre del 2 <sup>o</sup> curso, la tercera en el 1 <sup>er</sup> semestre del 3 <sup>o</sup> curso y la cuarta en el 1 <sup>er</sup> semestre del 4 <sup>o</sup> curso.	
COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA	
<p><b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diferenciar los usos y costumbres de la lengua materna en relación con la lengua inglesa.</li> <li>2. Comprender el vocabulario específico y el significado de las estructuras gramaticales.</li> <li>3. Utilizar estrategias directas de aprendizaje que permitan la creación de asociaciones mentales (agrupar y clasificar, asociar y contextualizar).</li> <li>4. Discriminar o graduar información atendiendo a diferentes criterios.</li> <li>5. Explicar conceptos y realizar descripciones técnicas de productos y procesos propios del ámbito del comercio internacional.</li> <li>6. Ampliar conceptos, ejemplos e información en base a un tema específico dentro del ámbito del comercio internacional.</li> <li>7. Emplear estrategias de aprendizaje efectivas para el desarrollo del inglés como vehículo de comunicación en el contexto del comercio internacional durante el curso y una vez finalizado éste.</li> <li>8. Aplicar los contenidos lingüísticos adquiridos (terminología y gramática) al desarrollo de las cuatro destrezas (comprensión lectora, expresión escrita, comprensión oral, expresión oral) dentro del contexto del comercio internacional.</li> <li>9. Utilizar el lenguaje con fines de interacción y transaccionales en contextos específicos del ámbito profesional.</li> <li>10. Presentar descripciones o argumentos largos sobre temas comerciales de temas de forma clara y fluida, adecuada al contexto y con una estructura lógica y eficaz.</li> <li>11. Preparar y exponer presentaciones orales relacionadas con el ámbito de conocimiento específico.</li> <li>12. Ser consciente de las necesidades de la audiencia, (acento, ritmo, apoyos visuales, gestos, interés, preguntas) y dominar los recursos de la comunicación no-verbal.</li> <li>13. Formular ideas y opiniones con precisión y relacionar sus intervenciones con las de otros hablantes.</li> <li>14. Reconocer las idiosincrasias de los entornos caracterizados por la diversidad social, cultural y étnica y ser capaz de asegurar la comunicación en lengua inglesa en entornos sociales y profesionales.</li> </ol>	
<p><b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definir de forma oral y escrita objetos y procesos conforme a su descripción física, ubicación espacio-temporal y utilidad.</li> <li>2. Resumir o sintetizar de forma oral y escrita información relevante relativa a un tema específico.</li> <li>3. Desarrollar de forma oral y escrita argumentos y discursos coherentes y apropiados a partir de imágenes visuales y modelos de simulación dentro del ámbito del comercio internacional.</li> <li>4. Aplicar eficazmente de forma oral y escrita la terminología y gramática aprendida al contexto del comercio</li> </ol>	

<p>internacional.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Leer textos específicos del ámbito del comercio internacional en busca tanto del sentido general o de la idea principal como de los pormenores, datos puntuales o aspectos informativos concretos.</li> <li>6. Deducir el significado de palabras nuevas de acuerdo con el contexto y completar o ampliar la base terminológica en base a campos semánticos o categorizaciones.</li> <li>7. Redactar sobre temas simples y complejos en una amplia gama de géneros, editando los textos y aplicando las normas de corrección lingüística (ortográficas, gramaticales y léxicas).</li> <li>8. Traducir textos específicos del ámbito del comercio internacional escritos en inglés a la lengua materna y viceversa.</li> <li>9. Comprender el discurso oral sobre un tema específico del ámbito del comercio internacional en busca tanto del sentido general o idea principal como de los pormenores, datos puntuales o aspectos informativos concretos.</li> <li>10. Emplear de forma adecuada y coherente la terminología y estructuras gramaticales características del contexto del comercio internacional en cuanto a su significado, su uso y su pronunciación.</li> <li>11. Utilizar el diccionario, los manuales de gramática, la red y los demás recursos disponibles relativos a las tecnologías de la información de forma eficaz como herramienta de ayuda al aprendizaje.</li> </ol>	
<p><b>REQUISITOS PREVIOS</b></p>	
<p>No existen requisitos previos de acceso a la asignatura English I in International Trade. Para cursar la asignatura English II in International Trade, es necesario haber cursado y aprobado previamente la asignatura English I y así sucesivamente</p>	
<p><b>ASIGNATURA 1: ENGLISH I IN INTERNATIONAL TRADE</b> Formación Básica: 6 Créditos ECTS (150 horas)</p>	<p><b>ASIGNATURA 2: ENGLISH II IN INTERNATIONAL TRADE</b> Obligatoria: 6 Créditos ECTS (150 horas)</p>
<p><b>ASIGNATURA 3: ENGLISH III: ORAL PRESENTATIONS AND NEGOTIATIONS IN INTERNATIONAL TRADE</b> Obligatoria: 6 Créditos ECTS (150 horas)</p>	<p><b>ASIGNATURA 4: ENGLISH IV: PUBLIC SPEAKING, WRITING AND TRANSLATING IN INTERNATIONAL TRADE</b> Obligatoria: 6 Créditos ECTS (150 horas)</p>
<p><b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b></p> <p>La enseñanza de una segunda lengua se realiza a través de un enfoque comunicativo en el que es difícil distinguir entre clases teóricas y clases prácticas, ya que todo el proceso enseñanza/aprendizaje se realiza a través de la continua interacción práctica. De esta manera, se aplica una visión multifuncional cuyo objetivo es desarrollar en el alumno su competencia lingüística integral a través de las cuatro destrezas tradicionales, a partir de su participación activa en el aula.</p> <p>La metodología de la enseñanza-aprendizaje de estas materias es de tipo heurística y socio-constructivista, compuesta por destrezas y basada en tareas y procesos, que motiva el trabajo creativo junto con el desarrollo de las destrezas básicas de la comunicación escrita y oral en lengua inglesa. Se trata de una forma de enseñanza-aprendizaje ecléctica y centrada en el alumno, que potencia el aprendizaje permanente y que exige su participación activa y comprometida al asumir su corresponsabilidad en el proceso de enseñanza-aprendizaje</p> <p>Teniendo en cuenta lo anterior, la distribución aproximada de las actividades formativas de esta materia es la siguiente:</p>	

1. Exposición oral por parte del profesor de los contenidos del programa con diversos formatos posibles (exposición de cuestiones teóricas, ejemplos generales, casos particulares e introducción al análisis de textos...) mediante el uso de pizarra o cañón de proyección, y el empleo de materiales de apoyo audiovisual o bien otros recursos disponibles en la Web. 8 créditos ECTS. Competencias 1-14. Resultados de aprendizaje 1-11.
2. Clases en la que se proponen y resuelven aplicaciones de los contenidos de la materia, dedicadas a la discusión y resolución de problemas, análisis de textos, simulaciones y estudio de casos y presentación de ejercicios prácticos previamente realizados por los estudiantes. 6 créditos ECTS. Competencias 1-14. Resultados de aprendizaje 1-11.
3. Presentación de trabajos: Proposición y supervisión de trabajos individuales o de grupo reducido (exposición, debate, comentario), aportaciones de la audiencia y aclaración de dudas sobre la bibliografía y lecturas obligatorias programadas. 5 créditos ECTS. Competencias 1-14. Resultados de aprendizaje 1-11.
4. Tutorías programadas por el profesor en grupos reducidos o individuales, dependiendo del número de alumnos matriculados en las asignaturas y la carga docente del profesor. En ellas se aclaran dudas sobre cuestiones teórico-prácticas, ejercicios y otras tareas a realizar por el alumno. 3 créditos ECTS. Competencias 1-14. Resultados de aprendizaje 1-11.
5. Estudio de contenidos; lecturas obligatorias; ejercicios de preparación de clases; preparación de trabajos orales y escritos, tareas y proyectos individuales o de grupo de investigación y de producción de documentación digital y audiovisual. 2 créditos ECTS. Competencias 1-14. Resultados de aprendizaje 1-11.

Las cuatro asignaturas, English I, II, III y IV, se centran en el desarrollo progresivo, integral y en espiral de las destrezas lingüísticas y las competencias propias de la materia con un énfasis especial en cada asignatura (ver breve descripción de contenidos de cada asignatura), así como en el desarrollo de un uso fluido, correcto y progresivamente más complejo de la lengua inglesa en el ámbito del comercio internacional.

Las clases teóricas se dedicarán a: los contenidos del programa y la gestión del aprendizaje; los criterios de evaluación entre iguales y la auto-evaluación; la explicación de conceptos y la ilustración de procedimientos y modelos.

Las clases prácticas, que corresponderán a las necesidades, intereses e expectativas de los alumnos, harán hincapié en el desarrollo de las estrategias cognitivas, meta cognitivas y socio-emocionales del alumno para procesar y elaborar textos escritos y orales dentro de un contexto comercial internacional. Las clases prácticas también potenciarán el esfuerzo consciente en la comprensión y producción lingüística del alumno e incluirán la revisión y desarrollo continuo del vocabulario así como la corrección gramatical. Tanto las actividades complementarias como las clases prácticas potenciarán las estrategias de aprendizaje y el uso de una amplia gama de recursos, incluidas las nuevas tecnologías.

#### Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias

Una evaluación efectiva y justa debe verificar que el alumno ha adquirido los conocimientos, destrezas y competencias requeridos en el título, así como proporcionar información fiable sobre el nivel de adquisición y desarrollo de las competencias. Una parte considerable de la carga de trabajo que para el discente implica una asignatura (nunca menor del 70%) corresponde al trabajo individual o en grupo realizado sin la presencia de un profesor: revisión, síntesis, estudio y repaso de contenidos, resolución de ejercicios, elaboración y redacción de trabajos, preparación de exposiciones y exámenes, etc. De la combinación de su propia capacidad y el esfuerzo que realice dependerá principalmente, por lo que toca al alumno, el grado de éxito en la consecución de los objetivos fijados para cada materia. Un único examen final puede evaluar el resultado obtenido pero no ofrece información fiable o suficiente sobre el proceso de aprendizaje. También es necesaria una evaluación continua, con la cual se busca que, de acuerdo a los principios generales de los estudios de grado, el alumno asuma el protagonismo y la corresponsabilidad de su formación y sea capaz de controlar su progreso.

En tanto en cuanto un examen pone a prueba la capacidad de dar respuesta adecuada a retos y demandas específicas (incluyendo la capacidad de distinguir lo esencial de lo accesorio, de realizar tareas eficazmente dentro de límites temporales, de extensión, etc.), se considera que es una herramienta eficaz para la evaluación, pero insuficiente por sí misma. Por ello, como criterio general, todas las asignaturas de esta materia deben contar obligatoriamente con ambos instrumentos (examen y evaluación continua), con la recomendación de que el peso de la evaluación continua en la calificación global no sea nunca inferior al 40% ni superior al 60%. De este modo el profesor, en el ejercicio de su

capacidad y responsabilidad docentes, ajusta la evaluación a las necesidades y expectativas de cada asignatura y grupo de alumnos.

Con respecto al examen final, constará de apartados en los que se valorará en los distintos niveles el uso del inglés aplicado al ámbito del comercio internacional, la escritura y traducción de textos específicos, la comprensión auditiva de contextos situacionales propios del ámbito de conocimiento y la expresión oral del alumno, de modo similar a lo realizado durante el curso.

En lo que se refiere a la evaluación continua, se considera recomendable adoptar los siguientes principios generales para el seguimiento del trabajo del alumno:

- En todas las asignaturas de esta materia la calificación global de cada alumno se obtendrá mediante la combinación examen y evaluación continua en las proporciones que, dentro de las líneas generales marcadas con anterioridad, el profesor decida y fije en la programación de la asignatura y la guía docente anual.
- La calificación mediante evaluación continua podrá incluir controles escritos, trabajos escritos y/o presentados oralmente, en equipo o individualmente, asistencia y participación del estudiante en las clases. según se especifique en la programación de la asignatura.
- El porcentaje de horas de asistencia obligada no será inferior al 80% y constituirá como máximo un 15% de la calificación global; el profesor especificará en la programación de la asignatura el porcentaje definitivo y el tipo de sesiones de asistencia obligada en cada caso.

#### BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

##### Contenidos Específicos ENGLISH I IN INTERNATIONAL TRADE:

SECTION 1 / PERSON TO PERSON: Dealing with clients in face-to-face situations.

SECTION 2 / PHONE CALLS: Using the telephone with clients and co-workers.

SECTION 3 / WRITING: Writing and replying to letters, e-mails, faxes and memos.

SECTION 4 / EXCHANGING INFORMATION: Asking and answering questions.

SECTION 5 / MEETINGS: Taking part in meetings.

SECTION 6 / ENTERTAINING VISITORS: Socializing and looking after foreign colleagues and clients.

##### Contenidos Específicos ENGLISH II IN INTERNATIONAL TRADE

SECTION 1 / EXPLAINING AND PRESENTING: Explaining trade processes and procedures, delivering a presentation.

SECTION 2 / HUMAN RESOURCES: Managing personnel.

SECTION 3 / MARKETING: Selling the product.

SECTION 4 / STARTING NEW BUSINESS ACTIVITIES: Launching a business project.

SECTION 5 / BUSINESS TRAVEL: Travelling for work.

SECTION 6 / NEW TECHNOLOGIES, INNOVATION AND CHANGE: Taking advantage of ICT in business.

SECTION 7 / CUSTOMER RELATIONS: Relating to clients.

##### Contenidos Específicos ENGLISH III: ORAL PRESENTATIONS AND NEGOTIATIONS IN INTERNATIONAL TRADE

SECTION 1 / ORAL PRESENTATIONS I.

SECTION 2 / ORAL PRESENTATIONS II:

SECTION 3 / ORAL PRESENTATIONS III:

SECTION 4 / NEGOTIATIONS:

SECTION 5 / CROSS-CULTURAL LEARNING:

SECTION 6 / MERGERS, ACQUISITIONS, JOINT VENTURES AND FORMS OF PARTNERSHIPS.

SECTION 7 / TEAM-LEADERSHIP IN INTERNATIONAL MARKETS:

SECTION 8 / ENHANCING ORAL SKILLS

SECTION 9 / ORAL PRESENTATIONS AND NEGOTIATIONS PRACTICE

**Contenidos Específicos ENGLISH IV: PUBLIC SPEAKING, WRITING AND TRANSLATING IN INTERNATIONAL TRADE**

SECTION 1 / IMPORTATION AND EXPORTATION.

SECTION 2 / E-MARKETING AND NEW TECHNOLOGIES.

SECTION 3 / STRATEGIES FOR COMMUNICATION SKILLS DEVELOPMENT

SECTION 4 / PUBLIC SPEAKING.

SECTION 5 / DRAFTING PAPERS AND COMMERCIAL DOCUMENTS IN ENGLISH.

SECTION 6 / HOW TO WRITE A PROJECT WORK IN ENGLISH.

SECTION 7 / TRANSLATION.

PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA 2: FRANCES	
Denominación de la materia	Créditos ECTS, carácter
FRANCES	18 Créditos ECTS (450 horas) Obligatorios
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio	
Esta materia está integrada por tres asignaturas, la primera se imparte en el 2º semestre del 2º curso, la segunda se imparte en el 2º semestre del 3º curso y la tercera en el 1º semestre del 4º curso.	

## COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA

### COMPETENCIAS

(actividades potenciales que realice el estudiante)

1. Comprender el léxico de especialidad, con especial incidencia en sus disimilitudes con un vocabulario generalista.
2. Identificar el significado y utilizar correctamente las estructuras gramaticales.
3. Desarrollar la destreza escrita aplicada a contextos frecuentes en el mundo empresarial.
4. Aplicar los contenidos lingüísticos, en contextos reales del Comercio Internacional, a cada una de las cuatro destrezas.
5. Seleccionar información de acuerdo con parámetros concretos.
6. Ampliar información sobre un aspecto concreto de su ámbito de trabajo.
7. Definir conceptos propios de su actividad profesional.
8. Explicar procesos de fabricación, modos de funcionamiento, descripciones técnicas de productos, especialmente en comparación con los de la competencia.
9. Opinar y argumentar para convencer, en un proceso de negociación.
10. Conocer y aplicar la técnica de la presentación de un producto y/o un servicio a diferentes audiencias.
11. Percibir las diferencias del discurso oral y el escrito, y conocer los recursos de la comunicación no verbal, con especial incidencia en las diferencias con su nación de origen.
12. Introducir y sensibilizar a los estudiantes hacia los hechos, aspectos y datos económicos y comerciales en Lengua Francesa
13. Diferenciar usos, costumbres, modos y tabúes de una sociedad francófona, diferentes a los que funcionan en otras sociedades.
14. Identificar las diferencias culturales y étnicas de la francofonía, presente en tres continentes.
15. Intercambiar información e ideas con otros profesionales o estudiantes de su formación que hablan una lengua distinta de la suya.
16. Estimular el respeto por el multiculturalismo a través del conocimiento y el trato directo con hablantes maternos del entorno francófono.
17. Desarrollar estrategias de autonomía en el aprendizaje y utilización correcta de la Lengua Francesa.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

(realizaciones que pueden medirse u observarse)

1. Interpretar los contenidos de los diferentes documentos de la actividad empresarial, tanto orales como escritos.
2. Comprender las informaciones extraídas de documentos sonoros no manipulados, representativos de situaciones de la vida laboral.
3. Identificar los problemas principales planteados en un texto y diferenciarlos de los accesorios.
4. Conocer y aplicar las normas básicas de redacción, propias de la lengua y la cultura francesas, en diferentes tipos de textos.
5. Reconstruir mensajes completos y sustituir, en un texto, palabras o expresiones equivalentes
6. Lograr realizar actos de comunicación profesional en un contexto conocido o previsible.
7. Conocer, en las mismas situaciones, su funcionamiento externo e interno.
8. Redactar o cumplimentar documentos con los que se puede encontrar en el mundo laboral.
9. Saber hacer preguntas referidas a sus intereses profesionales: preguntar (por ejemplo, a agencias de empleo) sobre el carácter, a disponibilidad y las condiciones de empleo: descripción del puesto de trabajo, salario, normas del trabajo, tiempo libre y vacaciones, duración del contrato, etc.)
10. Identificar la información de las consignas en contexto profesional y reaccionar adecuadamente.
11. Traducir, en su lengua materna, textos que contemplen problemas de su especialidad.
12. Determinar, de manera general, el mecanismo de formación del vocabulario francés.
13. Reconocer la familia de una palabra y elaborar, con ayuda del diccionario, campos léxicos y familias léxicas de su especialidad económico-empresarial.
14. Tomar notas o apuntes durante una conferencia o la presentación de un trabajo por parte de otros compañeros (técnica del “*exposé*”).
15. Producir textos escritos no excesivamente complejos, de su entorno profesional.
16. Reformular y resumir a partir de audiciones y visualizaciones de documentos sonoros.

17. Redactar, según instrucciones, una carta comercial, dentro de una operación empresarial.
18. Preparar una breve comunicación por fax, de acuerdo, asimismo, con unas instrucciones y en el mismo tipo de contexto.
19. Reaccionar en una entrevista, demostrando que comprende y actúa ante diversas órdenes.
20. Preparar, él mismo, una entrevista y justificar las preguntas que ha elaborado.
21. Saber orientarse, en contextos de Lengua Francesa, en la organización de la empresa, en los diferentes servicios y en sus actividades.
22. Expresarse y reaccionar adecuadamente en las distintas situaciones profesionales.
23. Identificar diferentes aspectos de la cultura francesa, especialmente en lo que se refiere a los hábitos económico-empresariales.
24. Resolver “tareas”, “estudios de casos” propios de su ámbito profesional.
25. Presentar productos, exponer ideas y argumentar sobre diferentes puntos de vista diferentes, tanto en contexto escolar como extraescolar.
26. Actuar, de forma general, en contextos reales cercanos a su realidad profesional (simulación)

#### REQUISITOS PREVIOS

No existen requisitos previos de acceso a la asignatura Francés I. Para cursar la asignatura Francés II, es necesario haber cursado y aprobado previamente la asignatura Francés I y así sucesivamente.

#### ASIGNATURA 1: FRANÇAIS I EN COMMERCE INTERNATIONAL

Obligatoria: 6 Créditos ECTS (150 horas)

#### ASIGNATURA 2: FRANÇAIS II EN COMMERCE INTERNATIONAL

Obligatoria: 6 Créditos ECTS (150 horas)

#### ASIGNATURA 3: FRANÇAIS III PRÉSENTATIONS ET NEGOTIATIONS EN COMMERCE INTERNATIONAL

Obligatoria: 6 Créditos ECTS (150 horas)

**Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante**

Esta asignatura, a través de un enfoque fundamentalmente comunicativo, se centra en el léxico del francés utilizado en la gestión y en el marketing, ocupándose, primordialmente, del mundo de la venta y las relaciones internacionales por lo que las cuestiones que en él se contemplan guardan una relación directa con los aspectos anunciados: los transportes (marítimos, aéreos, ferroviarios, por carretera), la publicidad, las ferias internacionales, etc., ofreciendo la terminología y practicando situaciones reales de dichos ámbitos. Al mismo tiempo se insiste en el trabajo de las estructuras gramático-sintácticas más usuales en las citadas situaciones.

Nuestra opción se basa en una metodología activa y cooperativa, tanto en el planteamiento de los problemas como en la búsqueda de material y soluciones a los mismos.

- Resolución de las actividades propuestas en el manual o en cualquier otro material que profesor y estudiantes aporten al grupo, en función del tema objeto de estudio y / o práctica.

- Respetando el ritmo de trabajo personal (lo que les permite siempre unos máximos pero exige, al propio tiempo, unos mínimos), los estudiantes deben presentar, al menos, un trabajo personal mensual sobre los aspectos trabajados en el

aula.

- El material básico viene constituido por manuales al uso, informaciones del profesor y se complementará con cualquier otro que pueda ser juzgado de interés por las dos partes que componen la clase: profesor y estudiantes.

Teniendo en cuenta lo anterior, la distribución aproximada de las actividades formativas de esta materia es la siguiente:

1. Exposición oral por parte del profesor de los contenidos del programa con diversos formatos posibles (exposición de cuestiones teóricas, ejemplos generales, casos particulares e introducción al análisis de textos...) mediante el uso de pizarra o cañón de proyección, y el empleo de materiales de apoyo audiovisual o bien otros recursos disponibles en la Web. 5 créditos ECTS. Competencias 1-17. Resultados de aprendizaje 1-26.
2. Clases en las que se proponen y resuelven aplicaciones de los contenidos de la materia, dedicadas a la discusión y resolución de problemas, análisis de textos, simulaciones y estudio de casos y presentación de ejercicios prácticos previamente realizados por los estudiantes. 5 créditos ECTS. Competencias 1-17. Resultados de aprendizaje 1-26.
3. Presentación de trabajos: Proposición y supervisión de trabajos individuales o de grupo reducido (exposición, debate, comentario), aportaciones de la audiencia y aclaración de dudas sobre la bibliografía y lecturas obligatorias programadas. 4 créditos ECTS. Competencias 1-17. Resultados de aprendizaje 1-26.
4. Tutorías programadas por el profesor en grupos reducidos o individuales, dependiendo del número de alumnos matriculados en cada asignatura. En ellas se aclaran dudas sobre cuestiones teórico-prácticas, ejercicios y otras tareas a realizar por el alumno. 2 créditos ECTS. Competencias 1-17. Resultados de aprendizaje 1-26.
5. Estudio de contenidos; lecturas obligatorias; ejercicios de preparación de clases; preparación de trabajos orales y escritos, tareas y proyectos individuales o de grupo de investigación y de producción de documentación digital y audiovisual. 2 créditos ECTS. Competencias 1-17. Resultados de aprendizaje 1-26

Las tres asignaturas, Francés I, II y III, se centran en el desarrollo progresivo, integral y en espiral de las destrezas lingüísticas y las competencias propias de la materia con un énfasis especial en cada asignatura (ver descripción de contenidos), así como en el desarrollo de un uso fluido, correcto y progresivamente más complejo de la lengua francesa en el ámbito del comercio internacional.

Las clases teóricas se dedicarán a: los contenidos del programa y la gestión del aprendizaje; los criterios de evaluación entre iguales y la auto-evaluación; la explicación de conceptos y la ilustración de procedimientos y modelos.

Las clases prácticas (según necesidades, intereses e expectativas de los alumnos) harán hincapié en el desarrollo de las estrategias cognitivas, meta cognitivas y socio-emocionales del alumno para procesar y elaborar textos escritos y orales dentro de un contexto comercial internacional. Las clases prácticas también potenciarán el esfuerzo consciente en la comprensión y producción lingüística del alumno e incluirán la revisión y desarrollo continuo del vocabulario así como la corrección gramatical. Tanto las actividades complementarias como las clases prácticas potenciarán las estrategias de aprendizaje y el uso de una amplia gama de recursos, incluidas las nuevas tecnologías.

#### Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias

Nuestra manera de enfocar el proceso de evaluación es, tratando de mantener la coherencia de un proyecto global de enseñanza-aprendizaje, a través de todas las actividades en las que, individualmente o en grupo, hemos implicado al estudiante

Entendemos, así, la evaluación como un quehacer laborioso en el que el profesor ha de juzgar de la consecución de los objetivos y el grado que ha alcanzado en sus propósitos. Tratamos, por ello, de evaluar el proceso de aprendizaje del alumno juzgando:

- la adquisición de unos determinados conocimientos (los llamados objetivos cognoscitivos -savoir)

- el desarrollo de las destrezas y habilidades intelectuales (objetivos operativos -savoir faire)
- el grado de adquisición de actitudes y hábitos que se pretenden potenciar (objetivos motóricos o sicomotrices -savoir être), desde la óptica de su futuro profesional en el que también venimos aquí insistiendo.

Por estas razones, prevemos una serie de pruebas en las que consideramos prioritarios los siguientes criterios:

- **coherencia** en la preparación (nada que no haya sido exigido o explicado con anterioridad figurará en ellas);
- **variedad** (ya que si son siempre del mismo tipo, se puede caer en la monotonía e incluso en una desaconsejable repetición de conceptos y preguntas);
- **claridad** (sin ambigüedades que puedan equivocar a los estudiantes o, a veces, a nosotros mismos) y, por fin, una adecuada
- **compensación** en los niveles de dificultad / sencillez para que, si los alumnos han seguido el proceso con el debido aprovechamiento, la prueba pueda ser superada por la mayoría de ellos.

Aunque el proceso de la evaluación es continuo (a través de los trabajos diarios de clase o de aquellos más extensos de periodicidad mensual y la participación de cada estudiante, cuyo peso específico, según los especialistas nunca debe ser inferior al 40% ni superior al 60%), se establece una prueba final tendente a la globalización de los conocimientos adquiridos.

Se considerará así mismo la cantidad y calidad de las intervenciones, la implicación en el trabajo diario del aula, la recogida de datos y material, etc., es decir, todo lo que demuestre interés y esfuerzo por parte del estudiante.

El porcentaje de horas de asistencia obligada no será inferior al 80% y constituirá como máximo un 15% de la calificación global; el profesor especificará en la programación concreta de cada asignatura el porcentaje definitivo y el tipo de sesiones de asistencia obligatoria, en cada caso.

Por lo que al examen final se refiere, constará de diferentes pruebas y apartados con los que se tratará de valorar, en los distintos niveles, el uso del francés aplicado al ámbito del comercio internacional, la escritura y traducción de textos específicos, la comprensión auditiva de contextos situacionales propios del ámbito de conocimiento y la expresión oral del alumno, de modo similar a lo realizado durante el curso.

#### BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

##### Contenidos Específicos **FRANÇAIS I EN COMMERCE INTERNATIONAL**

1. Les relations personnelles: premiers contacts; traiter avec des clients en tête à tête.
2. Traiter à distance: Utiliser le téléphone avec des clients et des collaborateurs.
3. Les écrits: Écrire ou répondre à une lettre, un e-mail, un fax ou un rapport
4. Échange d'information: les questions et les réponses, nuance et politesse.
5. Recontres: Participer, diriger une réunion, prendre des notes.
6. L'accueil: Accueillir et intégrer des collègues et des clients.

##### Contenidos Específicos **FRANÇAIS II EN COMMERCE INTERNATIONAL**

1. Le marketing: vendre son produit; du fournisseur au client.
2. Attaquer le marché: présentation et lancement d'un nouveau produit.
3. Le voyage d'affaire: préparer un voyage d'affaire en France.

4. Le négociation: négocier les modalités et conclure la vente, pratique de la négociation.
5. Le négociation interculturelle: comment négocier en contexte francophone.
6. Import-export: documents et formalités douanières.
7. Les transports: les assurances.

**Contenidos Especificos FRANÇAIS III PRÉSENTATIONS ET NEGOTIATIONS EN COMMERCE INTERNATIONAL**

1. Savoir presenter son produit: à l'oral et à l'écrit.
2. Le marketing et les nouvelles technologies.
3. La publicité: les different supports, pratique.
4. Foires et Salons: s'inscrire au Salon, s'installer à la Foire.
5. La relation après-vente: siuvie et fidélisation.
6. La correspondance commerciale en France: pratique en situation.
7. Comment présenter un Project de travail en français.

PLANIFICACIÓN DEL MÓDULO 10: OPTATIVAS	
<b>Denominación del módulo</b> ASIGNATURAS OPTATIVAS	Créditos ECTS, carácter 30 Créditos ECTS (750 horas), Optativo
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios</b>	
Este módulo está integrado por 5 asignaturas optativas, debiéndose cursar una en el semestre 1º del curso 3º, otra en el 2º semestre del curso 3º y las tres restantes en el 2º semestre del 4º curso.	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
El alumno elegirá las asignaturas de especialización que desee para configurar su programa formativo de acuerdo con su interés profesional entre las asignaturas optativas ofertadas y que a continuación se relacionan junto con el módulo al que se vinculan:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comportamiento del consumidor: Módulo 1(Marketing)</li> <li>- Técnicas de control de la gestión comercial: Módulo 1 (Marketing)</li> <li>- Marketing industrial y de servicios: Módulo 1 (Marketing)</li> <li>- Política de comunicación comercial: Módulo 1 (Marketing)</li> <li>- Economía mundial y su organización: Módulo 3 (Análisis y entorno económico)</li> <li>- Negociación empresarial: Módulo 6 (Organización y Dirección)</li> <li>- Finanzas internacionales II: Módulo 7 (Finanzas)</li> </ul>	

- Gestión bancaria: Módulo 7 (Finanzas)
- Combinación de negocios internacionales y Consolidación: Módulo 5 (Contabilidad)
- Estrategias de comunicación comercial: Redacción y traducción- Módulo 9 (Idiomas)

Las Asignaturas Comportamiento del consumidor, Negociación Empresarial y Gestión bancaria conceden al alumno competencias similares a las obtenidas con la realización de Prácticas Externas en empresas (Módulo 11), debiendo ser cursadas por aquellos alumnos que no realicen dichas prácticas.

<b>PLANIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR</b>	
<b>Denominación de la Asignatura</b>  COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	Créditos ECTS, carácter 6 Créditos ECTS (150 horas)  Optativa
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios</b>	
Los alumnos podrán elegir esta Asignatura en su Curso 3º o en su Curso 4º en el período asignado a las asignaturas optativas	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA ASIGNATURA</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer y comprender el proceso que sigue el consumidor final en su decisión de compra.</li> <li>2. Saber identificar las variables externas e internas influyentes en cada fase del proceso de decisión.</li> <li>3. Comprender cómo afectan en el proceso de decisión las variables externas (cultura, grupos sociales, factores demográficos...) e internas (actitudes, percepciones, personalidad, estilos de vida...) más relevantes.</li> <li>4. Saber determinar actuaciones concretas para influir en el modo en el que afectan las variables externas e internas en el proceso.</li> <li>5. Comprender el proceso de decisión que desarrollan las organizaciones, así como las semejanzas y diferencias respecto al proceso de decisión del consumidor final.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
Se requiere haber cursado previamente la asignatura Marketing Internacional	
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Clase magistrales, permitiendo disponer de las diapositivas empleadas como apoyo en la exposición a través de la web. Estas clases se apoyarán igualmente en diversos materiales como lecturas, planteamiento de ejemplos reales y videos.</li> <li>6. Trabajo en casos prácticos y exposición ante el grupo.</li> <li>7. Seminarios y jornadas en las que se presenten casos reales.</li> <li>8. Tutorías colectivas con los diferentes grupos de trabajo, así como de manera concreta con cada grupo para la realización de los casos prácticos desarrollando un seguimiento de los mismos, así como tutorías individualizadas para el seguimiento del trabajo personal del alumno.</li> </ol>	
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b>	
<p>El sistema de evaluación se desarrollará a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una prueba escrita final en la que se evaluarán los conocimientos adquiridos. Esta prueba representará el 60% de la puntuación total.</li> <li>• La realización de casos prácticos a lo largo del desarrollo de la asignatura complementando y poniendo en práctica los conocimientos que se pretenden transmitir en las clases magistrales. Esta evaluación continuada representará el 40% de la puntuación total.</li> </ul>	
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b>	
<p>Marketing y comportamiento del consumidor</p> <p>Necesidades, motivaciones y deseos</p> <p>Análisis de la percepción</p> <p>Actitudes y aprendizaje</p>	

Personalidad y estilos de vida  
 Cultura y estratos sociales  
 Los grupos sociales y el análisis de la familia  
 Factores demográficos y económicos  
 Comportamiento de las organizaciones

PLANIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA: TECNICAS DE CONTROL DE LA GESTION COMERCIAL	
<b>Denominación de la Asignatura</b>  TÉCNICAS DE CONTROL DE LA GESTIÓN COMERCIAL	Créditos ECTS, carácter 6 Créditos ECTS (150 horas)  Optativa
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios</b> Los alumnos podrán elegir esta Asignatura en su Curso 3º o en su Curso 4º en el período asignado a las asignaturas optativas	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA ASIGNATURA</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer y comprender las medidas cuantitativas existentes para controlar las acciones comerciales de la empresa.</li> <li>2. Saber determinar las relaciones funcionales de datos comerciales y financieros que permiten conocer el resultado de la ejecución de las variables comerciales.</li> <li>3. Saber emplear las herramientas informáticas de cálculo para medir la gestión comercial de la empresa.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>  Se requiere haber cursado previamente la asignatura Marketing Internacional	
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Clase magistrales, permitiendo disponer de las diapositivas empleadas como apoyo en la exposición a través de la web. Estas clases se apoyarán igualmente en diversos materiales como lecturas, planteamiento de ejemplos reales y videos.</li> <li>5. Trabajo en casos prácticos y exposición ante el grupo.</li> <li>6. Seminarios y jornadas en las que se presenten casos reales.</li> <li>7. Tutorías colectivas con los diferentes grupos de trabajo, así como de manera concreta con cada grupo para la realización de los casos prácticos desarrollando un seguimiento de los mismos, así como tutorías individualizadas para el seguimiento del trabajo personal del alumno.</li> </ol>	
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b>  El sistema de evaluación se desarrollará a través de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una prueba escrita final en la que se evaluarán los conocimientos adquiridos. Esta prueba representará el 60% de la puntuación total.</li> <li>• La realización de casos prácticos a lo largo del desarrollo de la asignatura complementando y poniendo en</li> </ul>	

práctica los conocimientos que se pretenden transmitir en las clases magistrales. Esta evaluación continuada representará el 40% de la puntuación total.

#### BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

La medida de la actividad de marketing  
Métricas de mercado y de cliente  
Métricas de distribución y ventas  
Métricas de producto y precio  
Métricas de publicidad y promoción  
Métricas de marketing digital

PLANIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA: MARKETING INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS	
<b>Denominación de la Asignatura</b> MARKETING INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS	Créditos ECTS, carácter 6 Créditos ECTS (150 horas) Optativa
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios</b> Los alumnos podrán elegir esta Asignatura en su Curso 3º o en su Curso 4º en el período asignado a las asignaturas optativas	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA ASIGNATURA</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer y comprender las peculiaridades del mercado industrial, características y clasificación.</li> <li>2. Conocer y comprender el concepto de servicios frente a bienes, sus características y clasificación.</li> <li>3. Ser capaz de tomar decisiones de marketing-mix en el mercado industrial y en las empresas de servicios.</li> <li>4. Conocer y comprender la aplicación del marketing en las empresas turísticas, financieras, en el sistema sanitario, en los servicios públicos y en el mercado político, así como las particularidades de estos sectores.</li> <li>5. Comprender el concepto de marketing social y las ONG como agentes dentro del mismo.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>  Se requiere haber cursado previamente la asignatura Marketing Internacional	
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clase magistrales, permitiendo disponer de las diapositivas empleadas como apoyo en la exposición a través de la web. Estas clases se apoyarán igualmente en diversos materiales como lecturas, planteamiento de ejemplos reales y videos.</li> <li>2. Trabajo en casos prácticos y exposición ante el grupo.</li> <li>3. Seminarios y jornadas en las que se presenten casos reales.</li> <li>4. Tutorías colectivas con los diferentes grupos de trabajo, así como de manera concreta con cada grupo para la realización de los casos prácticos desarrollando un seguimiento de los mismos, así como tutorías individualizadas para el seguimiento del trabajo personal del alumno.</li> </ol>	
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b>  El sistema de evaluación se desarrollará a través de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una prueba escrita final en la que se evaluarán los conocimientos adquiridos. Esta prueba representará el 60% de la puntuación total.</li> <li>• La realización de casos prácticos a lo largo del desarrollo de la asignatura complementando y poniendo en práctica los conocimientos que se pretenden transmitir en las clases magistrales. Esta evaluación continuada representará el 40% de la puntuación total.</li> </ul>	
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b>  Marketing industrial Marketing turístico Marketing financiero Marketing sanitario Marketing público	

Marketing politico  
Marketing social

PLANIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA: POLÍTICA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL	
<b>Denominación de la Asignatura</b> POLÍTICA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL	Créditos ECTS, carácter 6 Créditos ECTS (150 horas) Optativa
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios</b>	
Los alumnos podrán elegir esta Asignatura en su Curso 3º o en su Curso 4º en el período asignado a las asignaturas optativas.	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA ASIGNATURA</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer y comprender el proceso de comunicación que desarrollan las empresas, así como los agentes que intervienen en el mismo.</li> <li>2. Saber desarrollar un mix de comunicación, identificando los factores determinantes del mismo.</li> <li>3. Conocer los instrumentos de comunicación comercial: publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, marketing directo, relaciones públicas y los nuevos instrumentos de comunicación.</li> <li>4. Saber desarrollar programas de comunicación para algunos de los más relevantes medios.</li> <li>5. Conocer y comprender la relevancia de la creación y gestión de la imagen de empresa.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
Se requiere haber cursado previamente la asignatura Marketing Internacional	
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clase magistrales, permitiendo disponer de las diapositivas empleadas como apoyo en la exposición a través de la web. Estas clases se apoyarán igualmente en diversos materiales como lecturas, planteamiento de ejemplos reales y videos.</li> <li>2. Trabajo en casos prácticos y exposición ante el grupo.</li> <li>3. Seminarios y jornadas en las que se presenten casos reales.</li> <li>4. Tutorías colectivas con los diferentes grupos de trabajo, así como de manera concreta con cada grupo para la realización de los casos prácticos desarrollando un seguimiento de los mismos, así como tutorías individualizadas para el seguimiento del trabajo personal del alumno.</li> </ol>	
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias</b>	
<p>El sistema de evaluación se desarrollará a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una prueba escrita final en la que se evaluarán los conocimientos adquiridos. Esta prueba representará el 60% de la puntuación total.</li> <li>• La realización de casos prácticos a lo largo del desarrollo de la asignatura complementando y poniendo en práctica los conocimientos que se pretenden transmitir en las clases magistrales. Esta evaluación continuada representará el 40% de la puntuación total.</li> </ul>	
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS</b>	
<p>La comunicación comercial  La publicidad  El mensaje publicitario  Los medios publicitarios  Técnicas de promoción de ventas  Las relaciones públicas  Técnicas de marketing directo  La fuerza de ventas  La imagen de empresa</p>	



<b>PLANIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA: ECONOMÍA MUNDIAL Y SU ORGANIZACIÓN</b>	
Denominación de la asignatura: <b>ECONOMÍA MUNDIAL Y SU ORGANIZACIÓN</b>	Créditos ECTS, carácter 6 Créditos ECTS (150 horas) Optativo
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b>	
Los alumnos podrán elegir esta Asignatura en su Curso 3º o en su Curso 4º en el período asignado a las asignaturas optativas.	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b>	
<b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer la situación actual y la evolución reciente de las principales áreas de la economía mundial.</li> <li>2. Conocer y comprender los principales fenómenos y problemas que afectan a la economía mundial así como las grandes líneas maestras que explican su funcionamiento y organización.</li> <li>3. Conocer el funcionamiento de las Organizaciones Económicas Internacionales y el resultado de sus políticas en los diferentes contextos internacionales.</li> <li>4. Utilizar los conocimientos adquiridos sobre la situación de la economía internacional como referencia para afrontar la explicación de otros fenómenos y situaciones (presentes o futuras, reales o potenciales).</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ser capaz de encontrar explicaciones coherentes, desde diferentes posiciones ideológicas/teóricas, a los problemas y fenómenos que pueden afectar a una economía, así como de expresarlas correctamente.</li> <li>2. Ser capaz de explicar las razones por las que la actividad económica, que tradicionalmente se organizaba en torno a mercados nacionales, se está regionalizando o globalizando.</li> <li>3. Analizar críticamente el funcionamiento de cualquier institución u organismo, tanto actual como futuro, relacionado con el orden económico internacional y los efectos de las políticas por él propuestas y/o aplicadas.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
No existen requisitos previos de acceso a las asignaturas de esta materia, aunque resulta recomendable haber cursado con aprovechamiento la materia Análisis Económico.	
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clases teóricas participativas para exponer los conceptos y contenidos propios de la materia con el apoyo de distintos materiales didácticos. 1,6 créditos ECTS (40 horas). Competencias 1-4. Resultados de aprendizaje 1-3.</li> <li>2. Seminarios y sesiones presenciales de carácter práctico así como tutorías programadas para el análisis y discusión de documentos, temas de interés o actualidad y datos económicos, la realización de ejercicios, de</li> </ol>	

pruebas escritas periódicas y/o tareas colectivas o individuales incluida la exposición de trabajos previamente elaborados por los estudiantes. Las distintas plataformas virtuales servirán de apoyo para la preparación y el seguimiento de muchas de estas actividades. 0,8 créditos ECTS (20 horas). Competencias 1-4. Resultados de aprendizaje 1-3.

3. Trabajo autónomo de los alumnos para estudiar los contenidos y preparar trabajos o temas de discusión, así como para la realización de tutorías voluntarias y no programadas –colectivas o individuales, presenciales o virtuales- y resto de tareas relacionadas con la asignatura. 3,6 créditos ECTS (90 horas). Competencias 1-4. Resultados de aprendizaje 1-3.

#### Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias

- Se realizará un proceso de evaluación continua que supondrá aproximadamente entre el 40% y el 60% de la calificación final y que tendrá en cuenta la realización y la calidad del resultado de las actividades propuestas a lo largo del curso: asistencia continuada a clase, participación en seminarios de discusión, resolución de casos y problemas, pruebas escritas periódicas, realización de ensayos y trabajos individuales o colectivos, etc.
- Se realizará una prueba escrita al final del curso para evaluar la asimilación de los contenidos y la consecución de los objetivos de aprendizaje que representará entre el 40% y el 60% de la calificación final. Dicha prueba tendrá amplia relación con el trabajo realizado durante el curso.

#### BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

##### Contenidos Específicos de Economía Mundial y su Organización

El entorno global de la economía

La economía de los países desarrollados.

La economía de los países subdesarrollados.

Los Nuevos Países Industrializados.

Las Economías en Transición.

La cooperación comercial

La cooperación monetaria y financiera

La ayuda al desarrollo

PLANIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA: NEGOCIACION EMPRESARIAL	
Denominación de la Asignatura NEGOCIACIÓN EMPRESARIAL	Créditos ECTS, carácter 6 Créditos ECTS (150 horas)
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio  Los alumnos podrán elegir esta Asignatura en su Curso 3º o en su Curso 4º en el período asignado a las asignaturas optativas	
<p align="center"><b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b></p> <p align="center"><b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. Conocer los enfoques, técnicas y herramientas que se utilizan en el proceso de negociación empresarial que permita reforzar su rol de emprendedor, empresario y/o directivo, abarcando todas las fases del proceso: la planificación de la negociación, el proceso en sí y el acuerdo a que debe llegar todo proceso de negociación.</li> <li>8. Analizar y evaluar la situación para tomar decisiones sobre el manejo más adecuado del proceso de negociación empresarial, interpretando las características del ambiente, los procedimientos y la(s) persona(s) con las cuales negocia, y definiendo la estrategia o táctica más adecuada para poder realizar el proceso de negociación con confianza y una actitud de cumplimiento de compromisos.</li> <li>9. Aprender un método práctico de negociación que permita aumentar considerablemente la eficacia negociadora con el fin de que el alumno pueda ejercitar y desarrollar su capacidad para negociar en el mundo empresarial</li> </ol> <p align="center"><b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reconocer y aplicar adecuadamente los conceptos básicos, estrategias y tácticas del proceso de negociación.</li> <li>2. Asimilar, aplicar y valorar la planificación en las negociaciones empresariales, discriminando sus elementos culturales y ponderando el grado de riesgo.</li> <li>3. Desarrollar el comportamiento adecuado para realizar un proceso de negociación.</li> <li>4. Comprender la importancia de los valores éticos y morales que deben contar todo proceso de negociación.</li> <li>5. Saber comunicarse de forma eficaz durante todo el proceso de negociación</li> <li>6. Evaluar las probabilidades de los diferentes escenarios del mercado para poder asumir decisiones en el proceso de negociación</li> </ol>	
<p align="center"><b>REQUISITOS PREVIOS</b></p> <p align="center">Para cursar la asignatura Negociación Empresarial es necesario haber cursado previamente la asignatura Dirección de Recursos Humanos</p>	
Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las	

### competencias que debe adquirir el estudiante

1. Presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados a la Negociación Empresarial, utilizando el método de la lección magistral, y asimilación de los mismos por parte del alumnado (1,5 créditos ECTS). Competencias 1 y 3
2. Actividades en el aula relativas al seguimiento individual o grupal del aprendizaje y de la adquisición de capacidades. Incluyen la metodología de estudio de casos, la realización de dinámicas de grupo y juegos de rol, con la correspondiente participación de los alumnos (2,5 créditos ECTS) Competencias 2 y 3
3. Trabajos tutelados realizados con los alumnos de forma individual o grupal (1 crédito ECTS). Competencias 1, 2 y 3
4. Preparación, evaluación y seguimiento: (1 crédito ECTS). Competencias 1, 2 y 3

El trabajo del alumno supondrá dos tercios del total de créditos.

### Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias

En esta asignatura se realizará una evaluación continua, individual y grupal, de las actividades y trabajos realizados (40%), así como una evaluación a través de una prueba escrita final (60%), que constará de una parte teórica y otra de orientación más práctica

### BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

#### Contenidos de Negociación Empresarial

Introducción a los fundamentos de la negociación

Objetivos y principios estratégicos de la negociación

Teoría básica de la negociación: La Negociación Competitiva vs. La Negociación Integradora

Requisitos para negociar: el papel de la información

Habilidades de negociación

Elementos y etapas de la negociación

Técnicas de negociación interna y externa

Comunicación eficaz en el proceso de negociación

Consolidación del resultado del proceso de negociación

<b>PLANIFICACIÓN DE ASIGNATURA: FINANZAS INTERNACIONALES II</b>	
<b>Denominación de la asignatura</b> FINANZAS INTERNACIONALES II	<b>Créditos ECTS, carácter</b> 6 Créditos ECTS (150 horas) 6 Optativos
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b>	
Los alumnos podrán elegir esta Asignatura en su Curso 3º o en su Curso 4º en el período asignado a las asignaturas optativas	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA ASIGNATURA</b>	
<b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender los conceptos de eficiencia de los mercados</li> <li>2. Reconocer las principales dificultades en la gestión de carteras internacionales</li> <li>3. Identificar los modelos de valoración de acciones en un contexto internacional</li> <li>4. Identificar los modelos de valoración de carteras internacionales</li> <li>5. Profundizar en las características principales, la estructura y el funcionamiento de los mercados de divisas, evidenciando su función de cobertura de riesgos, arbitraje y especulación.</li> <li>6. Diferenciar los mercados derivados organizados y OTC en divisas</li> <li>7. Reconocer las diferentes alternativas de financiación en el comercio internacional</li> <li>8. Identificar los instrumentos de financiación empleados por las empresas que operan internacionalmente tanto de carácter privado como público</li> <li>9. Conocer y ampliar las características básicas de los principales productos financieros que son ofertados para facilitar la inversión y la financiación, tanto en el corto como en el largo plazo, en las operaciones de comercio internacional.</li> <li>10. Comprender cuales son las coberturas de riesgos en operaciones de exportación</li> <li>11. Conocer los diferentes tipos de riesgos que influyen en las decisión financieras internacionales</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplicar los diferentes modelos de valoración de acciones, tanto en mercados domésticos como internacionales</li> <li>2. Aplicar los diferentes modelos de valoración de carteras de acciones, tanto en mercados domésticos como internacionales.</li> <li>3. Obtener la rentabilidad y riesgo de la inversión internacional en acciones.</li> <li>4. Profundizar en los factores que influyen en la determinación y en las variaciones del tipo de cambio de una divisa.</li> <li>5. Operar con las eurodivisas y los créditos gestionados por la banca multinacional. Calcular el coste efectivo del crédito internacional.</li> <li>6. Realizar operaciones con futuros y opciones sobre divisas.</li> <li>7. Reconocer las ventajas y desventajas de operar en mercados financieros organizados y no organizados en divisas</li> <li>8. Diferenciar, con aplicaciones prácticas, el crédito oficial a la exportación de los instrumentos de financiación privada.</li> </ol>	

9. Revisar, acudiendo a las fuentes oficiales, los principales instrumentos de financiación pública que estén en vigor.
10. Establecer las diferentes coberturas que pueden instrumentarse para minimizar los riesgos en las finanzas internacionales.
11. Reconocer las ventajas y desventajas de operar internacionalmente con financiación privada o con financiación pública.

#### REQUISITOS PREVIOS

Se debe haber superado la asignatura de Finanzas Internacionales I.

#### Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

1. Clases teóricas participativas sobre los conceptos y contenidos propios de la materia mediante la exposición oral, el uso de pizarra o cañón de proyección, y el empleo de materiales de apoyo disponibles en la Web. 1.2 créditos ECTS (30 horas). Competencias 1-11. Resultados de aprendizaje 1-11.
2. Seminarios y sesiones presenciales de carácter práctico en las que se discutan y resuelvan ejercicios y casos que versen sobre cualquier producto, mercado o intermediario financiero, previamente trabajados por los estudiantes. 0.8 créditos ECTS (20 horas). Competencias 1-11. Resultados de aprendizaje 1-11.
3. Tutorías colectivas, presenciales o virtuales, dedicadas a la orientación en la realización de actividades formativas por parte del alumnado. 0.4 créditos ECTS (10 horas). Competencias 1-11. Resultados de aprendizaje 1-11.
4. Trabajo individual del alumno, incluyendo la evaluación y seguimiento requerido para una correcta asimilación y práctica de los contenidos básicos de la materia. 3.6 créditos ECTS (90 horas). Competencias 1-11. Resultados de aprendizaje 1-11.

#### Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias

- Se realizará una prueba escrita final para evaluar la asimilación de conocimientos. Dicha prueba contribuirá a la nota final en 5 puntos y constará de preguntas teóricas (4 puntos) y una parte práctica de la asignatura (1 punto).
- Además, se realizará un proceso de evaluación continua que contribuirá en 4 puntos a la calificación final. Dicha nota tendrá en cuenta la realización de diversas actividades, tanto de forma individual como en grupo, que serán planteadas por el profesor y que precisen la entrega y/o presentación, por parte del alumno, de casos resueltos, de ejercicios, de trabajos, etc.
- Se computará la asistencia y participación del alumno en las clases, tanto teóricas como prácticas, con una valoración máxima de 1 punto a la calificación final. Dicha nota tendrá en cuenta la participación activa en el desarrollo de las clases.

## BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Contenidos Específicos de Finanzas Internacionales II:

Alternativas de financiación en el comercio internacional

Mercados de derivados no organizados

Mercados derivados organizados de divisas

Gestión de carteras internacionales

Los riesgos en las finanzas internacionales

<b>PLANIFICACIÓN DE ASIGNATURA OPTATIVA</b>	
<b>Denominación de la asignatura</b> <b>GESTIÓN BANCARIA</b>	<b>Créditos ECTS, carácter</b> <b>6 Créditos ECTS (150 horas)</b> <b>6 Optativos</b>
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b>	
<p>Los alumnos podrán elegir esta Asignatura en su Curso 3º o en su Curso 4º en el período asignado a las asignaturas optativas.</p>	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA ASIGNATURA</b>	
<b>COMPETENCIAS</b> <b>(actividades potenciales que realice el estudiante)</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer los conceptos básicos que forman el Sistema Financiero Español, así como las características fundamentales de los órganos de supervisión y control que desarrollan su actividad sobre los componentes de ese Sistema Financiero.</li> <li>2. Diferenciar los distintos tipos de intermediarios financieros que forman el Sistema Financiero Español dentro del sector bancario. Conocer las funciones del Fondo de Garantía de Depósitos.</li> <li>3. Conocer determinados aspectos fundamentales de la actividad financiera desde el punto de vista de una empresa.</li> <li>4. Diferenciar los distintos riesgos que asume una entidad, su forma de medirlos, así como la composición y coste de los recursos propios y ajenos. Nociones básicas de los acuerdos de Basilea.</li> <li>5. Identificar las características y la operativa de las diferentes operaciones de activo y pasivo desarrolladas por las entidades financieras. Diferencias y similitudes entre ellas.</li> <li>6. Conocer las características principales de las operaciones donde las entidades de crédito actúan como intermediarios. Diferenciar renta fija – renta variable, futuros – opciones, Fondos de inversión – Planes de Pensiones.</li> <li>7. Conocer la normativa relativa a la Ley Cambiaria y del Cheque en lo que afecta a la operativa de las entidades financieras Diferenciar cheque y pagaré. Conocer la operativa de las transferencias y diferenciar los distintos tipos de tarjetas.</li> <li>8. Diferenciar los nuevos canales de operativa bancaria y las nuevas distribuciones de la oficinas bancarias.</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> <b>(realizaciones que pueden medirse u observarse)</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar los cuadros de amortización de los diferentes sistemas de préstamos. Liquidación de cuentas de crédito por el Sistema Hamburgués Escalar.</li> <li>2. Calcular el TAE.</li> <li>3. Liquidar descuentos.</li> <li>4. Diferenciar los distintos tipos de entidades de crédito así como los diferentes supervisores.</li> <li>5. Identificar los distintos tipos de depósitos así como los requisitos de los diferentes contratos.</li> <li>6. Identificar los distintos tipos de riesgo que pueden afectar a las entidades financieras.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
<p>Para cursar Gestión bancaria no hay requisitos previos.</p>	

**Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante**

5. Clase magistral de los contenidos del programa mediante la exposición oral, el uso de pizarra o cañón de proyección, y el empleo de materiales de apoyo disponibles en la Web. 2 créditos ECTS. Competencias 1-8. Resultados de aprendizaje 1-6.
6. Clases prácticas para la discusión y resolución de problemas y ejercicios prácticos previamente trabajados por los estudiantes. 1 créditos ECTS. Competencias 4-6. Resultados de aprendizaje 1-3.
7. Seminarios en los que se realicen prácticas con hojas de cálculo, tratamiento de textos y presentaciones y se utilicen webs especializadas. 1 créditos ECTS. Competencias 4-6. Resultados de aprendizaje 1-3.
8. Tutorías colectivas para la realización de actividades formativas con presencia del profesor, y/o individuales para la preparación de trabajo personal. 2 créditos ECTS. Competencias 1-8. Resultados de aprendizaje 1-6.

**Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias**

La asignatura tienen como sistema de evaluación:

- Se realizará una prueba escrita final para evaluar la asimilación de conocimientos. Dicha prueba contribuirá a la nota final en 7 puntos y constará de preguntas teóricas (3 puntos) y ejercicios prácticos (4 puntos) similares a los realizados durante el curso.
- Además, se realizará un proceso de evaluación continua que contribuirá en 3 puntos a la calificación final y que tendrá en cuenta la realización de pruebas parciales de conocimientos (2 puntos) y la realización de prácticas con ordenador (1 punto).
- La nota final se podrá mejorar mediante la realización de trabajos tutelados (hasta 2 puntos).

**BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS**

**Contenidos Específicos Gestión Bancaria**

Primera parte: Sistema financiero

1. El sistema financiero español
2. Intermediarios financieros
3. La empresa bancaria

Segunda parte: Operativa bancaria y medios de pago

4. Operaciones de activo
5. Operaciones de pasivo
6. Otras formas de ahorro e inversión
7. Medios de pago

Tercera parte: Banca electrónica y oficina bancaria

8. La banca electrónica
9. La oficina bancaria

<b>PLANIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA: COMBINACIONES DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y CONSOLIDACIÓN</b>	
<b>Denominación de la asignatura</b> COMBINACIONES DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y CONSOLIDACIÓN	<b>Créditos ECTS, carácter</b> 6 Créditos ECTS (150 horas) Formación optativa
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b>  Los alumnos podrán elegir esta Asignatura en su Curso 3º o en su Curso 4º en el período asignado a las asignaturas optativas.	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA</b>  <b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante) <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer y tratar contablemente las combinaciones de negocios</li> <li>2. Identificar y tratar contablemente las inversiones en negocios conjuntos y en entidades asociadas</li> <li>3. Conocer las técnicas y métodos de consolidación de estados financieros de los grupos de sociedades</li> <li>4. Conocer los métodos de conversión de las cuentas anuales en moneda extranjera</li> <li>5. Consolidar en los diferentes tipos de dominio</li> </ol> <b>RESULTADOS DEL APRENDIZAJE</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ser capaz de identificar y contabilizar las combinaciones de negocios internacionales</li> <li>2. Ser capaz de obtener las cuentas anuales consolidadas de cualquier grupo de sociedades</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>  Haber cursado las asignaturas Contabilidad Financiera y Normas Internacionales de Contabilidad	

<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exposición en el aula, mediante clase magistral, de los conceptos básicos y de las técnicas de contabilización de las combinaciones de negocios y de consolidación, utilizando el cañón de proyección, la pizarra, así como el material didáctico puesto a disposición previamente de los alumnos en el aula virtual: 1,2 créditos ECTS.</li> </ol>
---

- Competencias 1 a 5. Resultados del aprendizaje 1 a .
2. Clases prácticas en el aula dedicadas al planteamiento, discusión y resolución de supuestos que permitan ilustrar los contenidos teóricos. El alumno, de forma guiada, resolverá los ejercicios prácticos que previamente se le hayan entregado. Posteriormente el alumno expondrá el trabajo realizado fomentando así la interacción con el conjunto de la clase: 1,5 créditos ECTS. Competencias 1 a 5. Resultados del aprendizaje 1 a 2.
  3. Tutorías colectivas presenciales en pequeños grupos y/o individuales para la preparación del trabajo personal del alumno con la ayuda del profesor, así como a distancia: 0,5 créditos ECTS. Competencias 1 a 5. Resultados del aprendizaje 1 a 2.
  4. Otras actividades: estudio autónomo e individual del alumno, preparación de trabajos de forma individual o en grupo, exámenes, etc., 2,8 créditos ECTS. Competencias 1 a 5. Resultados del aprendizaje 1 a 2.

#### Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias

En esta asignatura se realizará una prueba final escrita que comprenderá una parte teórica y otra relativa a la resolución de uno o varios supuestos prácticos. La puntuación oscilará entre 7-8 puntos sobre 10.

Se valorará la participación activa en las clases presenciales, así como en las tutorías individuales y/o colectivas (1 punto sobre 10)

Los trabajos individuales o en grupo, en su caso, puntuarán 1-2 sobre 10 puntos

#### BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

##### Contenidos específicos de Combinaciones de negocios internacionales y consolidación

1. Identificación y tratamiento contable de las combinaciones de negocios
2. La formación de los grandes grupos multinacionales
3. Los grupos de sociedades y otras figuras afines.
4. Los métodos de consolidación
5. La problemática de las operaciones internas
6. Consolidación en los diferentes tipos de dominio
7. Las cuentas anuales consolidadas
8. La conversión de estados en moneda extranjera
9. La tributación de los grupos de sociedades

PLANIFICACIÓN DE LA MATERIA: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN COMERCIAL: REDACCION Y TRADUCCION	
Denominación de la materia	Créditos ECTS, carácter
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN COMERCIAL: REDACCION Y TRADUCCION	6 Créditos ECTS (150 horas) Optativa
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio</b>	
Los alumnos podrán elegir esta Asignatura en su Curso 3º o en su Curso 4º en el período asignado a las asignaturas optativas	
<b>COMPETENCIAS</b> (actividades potenciales que realice el estudiante)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>15. Diferenciar los usos y costumbres de la lengua materna en relación con la lengua inglesa.</li> <li>16. Comprender el vocabulario específico y el significado de las estructuras gramaticales.</li> <li>17. Utilizar estrategias directas de aprendizaje que permitan la creación de asociaciones mentales (agrupar y clasificar, asociar y contextualizar).</li> <li>18. Discriminar o graduar información atendiendo a diferentes criterios.</li> <li>19. Explicar conceptos y realizar descripciones técnicas de productos y procesos propios del ámbito del comercio internacional.</li> <li>20. Ampliar conceptos, ejemplos e información en base a un tema específico dentro del ámbito del comercio internacional.</li> <li>21. Emplear estrategias de aprendizaje efectivas para el desarrollo del inglés como vehículo de comunicación en el contexto del comercio internacional durante el curso y una vez finalizado éste.</li> <li>22. Aplicar los contenidos lingüísticos adquiridos (terminología y gramática) al desarrollo de las cuatro destrezas (comprensión lectora, expresión escrita, comprensión oral, expresión oral) dentro del contexto del comercio internacional.</li> <li>23. Utilizar el lenguaje con fines de interacción y transaccionales en contextos específicos del ámbito profesional.</li> <li>24. Presentar descripciones o argumentos largos sobre temas comerciales de temas de forma clara y fluida, adecuada al contexto y con una estructura lógica y eficaz.</li> <li>25. Preparar y exponer presentaciones orales relacionadas con el ámbito de conocimiento específico.</li> <li>26. Ser consciente de las necesidades de la audiencia, (acento, ritmo, apoyos visuales, gestos, interés, preguntas) y dominar los recursos de la comunicación no-verbal.</li> <li>27. Formular ideas y opiniones con precisión y relacionar sus intervenciones con las de otros hablantes.</li> <li>28. Reconocer las idiosincrasias de los entornos caracterizados por la diversidad social, cultural y étnica y ser capaz de asegurar la comunicación en lengua inglesa en entornos sociales y profesionales.</li> </ul>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> (realizaciones que pueden medirse u observarse)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>12. Definir de forma oral y escrita objetos y procesos conforme a su descripción física, ubicación espacio-temporal y utilidad.</li> <li>13. Resumir o sintetizar de forma oral y escrita información relevante relativa a un tema específico.</li> <li>14. Desarrollar de forma oral y escrita argumentos y discursos coherentes y apropiados a partir de imágenes visuales y modelos de simulación dentro del ámbito del comercio internacional.</li> <li>15. Aplicar eficazmente de forma oral y escrita la terminología y gramática aprendida al contexto del comercio internacional.</li> </ul>	

<p>16. Leer textos específicos del ámbito del comercio internacional en busca tanto del sentido general o de la ideal principal como de los pormenores, datos puntuales o aspectos informativos concretos.</p> <p>17. Deducir el significado de palabras nuevas de acuerdo con el contexto y completar o ampliar la base terminológica en base a campos semánticos o categorizaciones.</p> <p>18. Redactar sobre temas simples y complejos en una amplia gama de géneros, editando los textos y aplicando las normas de corrección lingüística (ortográficas, gramaticales y léxicas).</p> <p>19. Traducir textos específicos del ámbito del comercio internacional escritos en inglés a la lengua materna y viceversa.</p> <p>20. Comprender el discurso oral sobre un tema específico del ámbito del comercio internacional en busca tanto del sentido general o ideal principal como de los pormenores, datos puntuales o aspectos informativos concretos.</p> <p>21. Emplear de forma adecuada y coherente la terminología y estructuras gramaticales características del contexto del comercio internacional en cuanto a su significado, su uso y su pronunciación.</p> <p>22. Utilizar el diccionario, los manuales de gramática, la red y los demás recursos disponibles relativos a las tecnologías de la información de forma eficaz como herramienta de ayuda al aprendizaje.</p>	
<p><b>REQUISITOS PREVIOS</b></p> <p>Para cursar la asignatura Estrategias de Comunicación Comercial: Redacción y Traducción, es necesario haber cursado y aprobado previamente las asignaturas English I in International Trade y English II in International Trade</p>	
<p><b>ASIGNATURA 1: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN COMERCIAL: REDACCION Y TRADUCCION</b></p> <p>Optativa: 6 Créditos ECTS (150 horas)</p>	
<p><b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b></p> <p>La enseñanza de una segunda lengua se realiza a través de un enfoque comunicativo en el que es difícil distinguir entre clases teóricas y clases prácticas, ya que todo el proceso enseñanza/aprendizaje se realiza a través de la continua interacción práctica. De esta manera, se aplica una visión multifuncional cuyo objetivo es desarrollar en el alumno su competencia lingüística integral a través de las cuatro destrezas tradicionales, a partir de su participación activa en el aula.</p> <p>La metodología de la enseñanza-aprendizaje de esta materia es de tipo heurística y socio-constructivista, compuesta por destrezas y basada en tareas y procesos, que motiva el trabajo creativo junto con el desarrollo de las destrezas básicas de la comunicación escrita y oral en lengua inglesa. Se trata de una forma de enseñanza-aprendizaje ecléctica y centrada en el alumno, que potencia el aprendizaje permanente y que exige su participación activa y comprometida al asumir su corresponsabilidad en el proceso de enseñanza-aprendizaje</p> <p>Teniendo en cuenta lo anterior, la distribución aproximada de las actividades formativas de esta materia es la siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exposición oral por parte del profesor de los contenidos del programa con diversos formatos posibles (exposición de cuestiones teóricas, ejemplos generales, casos particulares e introducción al análisis de textos...) mediante el uso de pizarra o cañón de proyección, y el empleo de materiales de apoyo audiovisual o bien otros recursos disponibles en la Web. 1.5 créditos ECTS. Competencias 1-14. Resultados de aprendizaje 1-11.</li> <li>2. Clases en la que se proponen y resuelven aplicaciones de los contenidos de la materia, dedicadas a la discusión y resolución de problemas, análisis de textos, simulaciones y estudio de casos y presentación de ejercicios</li> </ol>	

prácticos previamente realizados por los estudiantes. 1.5 créditos ECTS. Competencias 1-14. Resultados de aprendizaje 1-11.

3. Presentación de trabajos: Proposición y supervisión de trabajos individuales o de grupo reducido (exposición, debate, comentario), aportaciones de la audiencia y aclaración de dudas sobre la bibliografía y lecturas obligatorias programadas. 1 crédito ECTS. Competencias 1-14. Resultados de aprendizaje 1-11.
4. Tutorías programadas por el profesor en grupos reducidos o individuales, dependiendo del número de alumnos matriculados en las asignaturas y la carga docente del profesor. En ellas se aclaran dudas sobre cuestiones teórico-prácticas, ejercicios y otras tareas a realizar por el alumno. 1 crédito ECTS. Competencias 1-14. Resultados de aprendizaje 1-11.
5. Estudio de contenidos; lecturas obligatorias; ejercicios de preparación de clases; preparación de trabajos orales y escritos, tareas y proyectos individuales o de grupo de investigación y de producción de documentación digital y audiovisual. 1 crédito ECTS. Competencias 1-14. Resultados de aprendizaje 1-11.

La asignatura Estrategias de Comunicación Comercial: Redacción y Traducción se centra en el desarrollo progresivo e integral de las destrezas lingüísticas y las competencias propias de la materia, en especial la escritura y la traducción, así como en el desarrollo de un uso fluido, correcto y progresivamente más complejo de la lengua inglesa en el ámbito empresarial y de los negocios.

Las clases teóricas se dedicarán a los contenidos del programa y la gestión del aprendizaje; los criterios de evaluación entre iguales y la auto-evaluación; la explicación de conceptos y la ilustración de procedimientos y modelos.

Las clases prácticas, que corresponderán a las necesidades, intereses e expectativas de los alumnos, harán hincapié en el desarrollo de las estrategias cognitivas, meta cognitivas y socio-emocionales del alumno para procesar y elaborar textos escritos y orales dentro de un contexto profesional empresarial. Las clases prácticas también potenciarán el esfuerzo consciente en la comprensión y producción lingüística del alumno e incluirán la revisión y desarrollo continuo del vocabulario así como la corrección gramatical. Tanto las actividades complementarias como las clases prácticas potenciarán las estrategias de aprendizaje y el uso de una amplia gama de recursos, incluidas las nuevas tecnologías.

#### Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias

Una evaluación efectiva y justa debe verificar que el alumno ha adquirido los conocimientos, destrezas y competencias requeridos en el título, así como proporcionar información fiable sobre el nivel de adquisición y desarrollo de las competencias. Una parte considerable de la carga de trabajo que para el discente implica una asignatura (nunca menor del 70%) corresponde al trabajo individual o en grupo realizado sin la presencia de un profesor: revisión, síntesis, estudio y repaso de contenidos, resolución de ejercicios, elaboración y redacción de trabajos, preparación de exposiciones y exámenes, etc. De la combinación de su propia capacidad y el esfuerzo que realice dependerá principalmente, por lo que toca al alumno, el grado de éxito en la consecución de los objetivos fijados para cada materia. Un único examen final puede evaluar el resultado obtenido pero no ofrece información fiable o suficiente sobre el proceso de aprendizaje. También es necesaria una evaluación continua, con la cual se busca que, de acuerdo a los principios generales de los estudios de grado, el alumno asuma el protagonismo y la corresponsabilidad de su formación y sea capaz de controlar su progreso.

En tanto en cuanto un examen pone a prueba la capacidad de dar respuesta adecuada a retos y demandas específicas (incluyendo la capacidad de distinguir lo esencial de lo accesorio, de realizar tareas eficazmente dentro de límites temporales, de extensión, etc.), se considera que es una herramienta eficaz para la evaluación, pero insuficiente por sí misma. Por ello, como criterio general, la asignatura contará obligatoriamente con ambos instrumentos (examen y evaluación continua), con la recomendación de que el peso de la evaluación continua en la calificación global no sea

nunca inferior al 40% ni superior al 60%. De este modo el profesor, en el ejercicio de su capacidad y responsabilidad docentes, ajusta la evaluación a las necesidades y expectativas de cada asignatura y grupo de alumnos.

Con respecto al examen final, constará de apartados en los que se valorará en los distintos niveles el uso del inglés aplicado al ámbito de la empresa, la escritura y traducción de textos específicos, la comprensión auditiva de contextos situacionales propios del ámbito de conocimiento y la expresión oral del alumno, de modo similar a lo realizado durante el curso.

En lo que se refiere a la evaluación continua, se considera recomendable adoptar los siguientes principios generales para el seguimiento del trabajo del alumno:

- La calificación global de cada alumno se obtendrá mediante la combinación examen y evaluación continua en las proporciones que, dentro de las líneas generales marcadas con anterioridad, el profesor decida y fije en la programación de la asignatura y la guía docente anual.
- La calificación mediante evaluación continua podrá incluir controles escritos, trabajos escritos y/o presentados oralmente, en equipo o individualmente, asistencia y participación del estudiante en las clases. según se especifique en la programación de la asignatura.
- El porcentaje de horas de asistencia obligada no será inferior al 80% y constituirá como máximo un 15% de la calificación global; el profesor especificará en la programación de la asignatura el porcentaje definitivo y el tipo de sesiones de asistencia obligada en cada caso.

#### BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Contenidos Específicos de Estrategias de Comunicación Comercial: Redacción y Traducción:

- SECTION 1 / THE BALANCE BETWEEN TRADITION AND PROGRESS: DESIGNING AND PLANNING A PROJECT. Timetable. Length of the project. Methods. Theoretical Perspectives. Research Design.
- SECTION 2 / THE LITERATURE REVIEW. Abstracts. On-line and computer searches. The skill of taking notes. Citation and referencing.
- SECTION 3 / OVERSEEING THE DATA COLLECTION. Duration of the data collection. Data collection problems.
- SECTION 4 / DEVELOPING CRITERIA, JUDGEMENT AND THE ART OF DRAFTING A PAPER IN ENGLISH. Peer review. Reading work in progress. Refereeing other scholar's work. Organizing the material clearly. The acquisition and exercise of academic judgement. Shaping the work. Analytic techniques. Recognizing the quality. Section heads.
- SECTION 5 / WRITING UP THE PROJECT. The plan. Write early and write often. Don't get it right, get it written. Giving shape to what you write. Use subheadings. Tables should speak for themselves. Avoiding circumlocution. Proof-reading. Approaching the work pragmatically. The appropriate rhetorical style. Selection of major argument. Writing the introduction and conclusion. Word-processing.

SECTION 6 / CHOOSING THE RIGHT EXTERNAL AND PREPARING THE STUDENT FOR THE EXAMINATION. Preparing the bibliography. References. The right format. Synopsis. Brushing the level of readership. Chapter outlines.

<b>PLANIFICACIÓN DEL MÓDULO 11: TRABAJO FIN DE GRADO</b>	
Denominación del módulo <b>TRABAJO FIN DE GRADO</b>	Créditos ECTS, carácter 12 Créditos ECTS (300 horas) Obligatorio
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio  Curso 4º. Semestre 2º	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTE MÓDULO</b>	
<b>COMPETENCIAS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demostrar que posee y comprende los conocimientos en el ámbito del comercio internacional.</li> <li>2. Reunir e interpretar datos relevantes sobre todas las áreas de las finanzas y los seguros y emitir juicios razonados sobre temas relevantes de carácter científico, social o ético, a partir de dichos datos.</li> <li>3. Demostrar capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones en el ámbito financiero y del seguro.</li> <li>4. Poseer flexibilidad mental, buena comunicación y seguridad en si mismo.</li> <li>5. Específicas del tema elegido para el Trabajo Fin de Grado.</li> </ol>	
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	
Capacidad para desarrollar, presentar y defender un trabajo acorde con las competencias del título	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>	
La presentación del Trabajo Fin de Grado requerirá haber superado los 228 ECTS restantes que conforman el Plan de Estudios del Grado.	
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	
<p>La metodología planteada para este módulo se basa en el trabajo autónomo del alumno, orientado por un profesor tutor. Se centra, por tanto, en el alumno como elemento clave del sistema de formación, participando el profesor tutor como dinamizador y facilitador del proceso de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seminario de orientación inicial sobre el trabajo a realizar: 0.10 ECTS (3 horas)</li> <li>- Realización del Trabajo Fin de Grado: 11.4 ECTS (285 horas)</li> <li>- Tutorías individualizadas: 0.5 ECTS (12 horas)</li> </ul>	

### Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias

El Trabajo Fin de Grado será evaluado por una Comisión formada por tres Profesores y constituida en función del tema del Trabajo desarrollado.

Para la calificación del mismo se tendrán en cuenta la calidad científica, la claridad expositiva, tanto escrita como verbal y la capacidad para el debate y la defensa argumental.

El Trabajo Fin de Grado se entregará escrito en castellano con un Resumen amplio en una de las lenguas obligatorias cursadas, o bien al revés.

PLANIFICACIÓN DEL MÓDULO 12: PRACTICAS EXTERNAS EN EMPRESAS	
Denominación del módulo PRÁCTICAS EXTERNAS EN EMPRESAS	Créditos ECTS, carácter 18 Créditos ECTS (450 horas) Optativos
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudio  Las prácticas externas en empresas se realizarán en curso 4º, en el 1º ó 2º semestre.	
<b>COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTE MÓDULO</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad para aplicar los conocimientos a un entorno de trabajo real en el ámbito del marketing y de la investigación de mercados</li> <li>2. Comunicación oral y escrita</li> <li>3. Responsabilidad en el trabajo</li> <li>4. Capacidad para relacionarse con la profesión y el mercado laboral</li> <li>5. Ser capaz de tomar decisiones en marketing e investigación de mercados</li> </ol>	
<b>REQUISITOS PREVIOS</b>  Haber cursado, al menos, 180 ECTS acumulados	
<b>Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>  <p>La Facultad de Económicas y Empresariales facilitará a estudiantes y empresas colaboradoras formularios de solicitud para indicar las características del estudiante y la demanda por parte de la empresa.</p> <p>Las empresas interesadas en realizar procesos de selección indicarán, de mutuo acuerdo con la Facultad, el procedimiento a seguir. Si no requieren proceso de selección, una Comisión de prácticas en empresas de la Facultad determinará los criterios de asignación.</p> <p>Se llevarán a cabo las siguientes actividades formativas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Orientación inicial sobre las características de las prácticas. 0,2 créditos ECTS</li> <li>2. Ejecución de las prácticas. 17 créditos ECTS</li> <li>3. Elaboración de memoria de prácticas. 0,3 créditos ECTS</li> <li>4. Relación con tutor de la Universidad. 0,1 créditos ECTS</li> <li>5. Relación con tutor de la empresa. 0,4 créditos ECTS</li> </ol> <p>Cada una de las actividades formativas desarrollará las competencias de la materia.</p> <p>Se sugiere al estudiante que las prácticas externas se realicen a tiempo completo, no cursando otras asignaturas y si</p>	

pudiendo complementarlo con el Trabajo Fin de Grado

#### Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias

1. Elaboración de una Memoria por parte del estudiante
2. Informe del tutor de la Universidad
3. Informe del tutor de la Empresa
4. Autoinforme del estudiante

Los sistemas de evaluación 1 y 3 tendrán una puntuación conjunta superior a los puntos 2 y 4.

## 6. PERSONAL ACADÉMICO

### 6.1. Profesorado y otros recursos humanos necesarios y disponibles para llevar a cabo el plan de estudios

#### 6.1.1. Personal académico

En la Tabla 6.1 se resumen los datos de todo el profesorado perteneciente a las Áreas de Conocimiento que tienen docencia en la Diplomatura en Ciencias Empresariales (2008-2009). Deberá tenerse en cuenta que este personal imparte también docencia en otras titulaciones, por lo que su disponibilidad estará condicionada por la configuración docente que otros títulos de Grado puedan proponer.

Como se observa en dicha Tabla, el conjunto del profesorado posee suficiente experiencia y vinculación académica con las diferentes disciplinas, acordes con las necesidades del título.

Tabla 6.1. Distribución del Profesorado, Categoría, Dedicación y Experiencia académica por Áreas de Conocimiento

	CATEGORÍA								TOTAL PROFESORES	DEDICAC.		EXPERIENCIA DOCENTE (AÑOS)			EXPERIENCIA INVESTIGADORA (Nº DOCTORES)
	CU	TU	TEU	PCD	PAYUD	PCF	AYU	PA		TC	TP	<5	5-10	>10	
Comercialización de Investigación de Mercados	1	5	2	1	1	0	0	3	13	10	3	2	3	8	8
Economía Aplicada	1	6	4	0	1	2	0	5	19	15	4	2	3	14	10
Economía Financiera y Contabilidad (Finanzas)	1	4	1	0	0	1	1	1	9	8	1	0	3	6	5
Economía Financiera y Contabilidad (Contabilidad)	2	4	0	0	0	1	1	8	16	9	7	6	2	8	8
Estadística e Investigación Operativa	0	4	1	0	0	2	0	4	11	7	4	4	3	4	4
Organización de Empresas	1	7	0	0	0	2	5	7	22	15	7	7	8	7	12
Derecho Mercantil	1	1	0	0	0	0	0	3	5	2	3	1	2	2	2
Derecho Financiero y Tributario	2	2	0	0	1	0	0	1	6	5	1	1	1	4	5
Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	2	8	1	0	0	0	0	2	13	11	2	2	1	10	10
Derecho Civil	3	5	1	0	0	0	0	0	9	9	0	0	0	9	9
Filología Inglesa	2	14	3	0	2	0	0	4	25	21	4	1	1	23	19
Filología Francesa	0	5	1	0	0	0	0	0	6	6	0	0	0	6	5
Matemática Aplicada	1	6	8	2	0	1	1	2	21	19	2	1	5	15	10
Lenguajes y Sistemas Informáticos	0	1	1	0	0	2	1	4	9	5	4	3	4	2	2
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>72</b>	<b>23</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>44</b>	<b>184</b>	<b>142</b>	<b>42</b>	<b>30</b>	<b>36</b>	<b>118</b>	<b>109</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por el Vicerrectorado de Profesorado de la Universidad de León con fecha Julio 2008

A continuación (Tabla 6.2) se muestran los datos agregados correspondientes a la experiencia docente e investigadora de los Departamentos implicados en el Grado en Comercio Internacional.

Tabla 6.2. Experiencia docente e investigadora de los Departamentos implicados en el Grado en Comercio Internacional

Departamento	Área de Conocimiento	Quinquenios	PDI con más de 2 Quinq.	Sexenios	PDI con más de 2 Sexenios	Doctores	PDI con más de 9 años de antigüedad
Dirección y Economía de la Empresa	Organización de Empresas	62	13	8	0	23	12
	Comercialización e Investigación de Mercados						
	Economía Financiera y Contabilidad (Finanzas)						
	Economía Financiera y Contabilidad (Contabilidad)						
Economía y Estadística	Economía Aplicada	22	4	4	0	8	4
	Estadística e Investigación Operativa						
Derecho Privado y de la Empresa	Derecho Mercantil	7	1	1	0	3	1
	Derecho Financiero y Tributario						
	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social						
Derecho Público	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	11	2	8	1	5	2
Filología Moderna	Filología Inglesa	15	3	3	0	4	4
	Filología Francesa						
Matemáticas	Matemática Aplicada	6	2	0	0	3	1
Ingeniería Mecánica, Informática y Aeroespacial	Lenguajes y Sistemas Informáticos	0	0	0	0	0	0
TOTAL		123	25	24	1	46	24

Fuente: Oficina de Evaluación de Calidad (Vicerrectorado de Calidad y Acreditación de la Universidad de León).

### 6.1.2. Personal de Apoyo

Para el nuevo grado se cuenta con el personal de administración y servicios que actualmente desempeña su actividad en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Dicho personal participa en la gestión de todos los títulos que ofrece la Facultad.

Tabla 6.2. Personal de Administración y Servicios

Número	Categoría	Ubicación
1	Jefa de la Unidad Administrativa	Secretaría de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
1	Responsable de Gestión	Secretaría de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
1	Gestor Técnico	Secretaría de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
1	Oficial Administrativo	Secretaría de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
1	Ayudante Facultativo (Jefa de la Biblioteca)	Biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
1	Técnico Especialista	Biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
2	Oficial de Biblioteca	Biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
1	Portero Mayor	Conserjería de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
2	Auxiliar de Servicios	Conserjería de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
1	Responsable de Gestión	Departamento de Dirección y Economía de la Empresa
1	Responsable de Gestión	Departamento de Economía y Estadística

Adicionalmente, la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales cuenta con un técnico de apoyo para cuestiones informáticas, que aunque tiene destino en el CRAI-TIC (Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación y de las Tecnologías de la Información y la Comunicación), tiene varias horas de servicio en dicha Facultad.

### 6.2. Adecuación del personal al plan de estudios

A la vista del plan de estudios expuesto, se realiza una previsión de las necesidades de profesorado y otros recursos humanos, determinando la coherencia con el contenido de dicho plan.

Para ello, se ha realizado una valoración del número de créditos, el número de grupos para cada actividad formativa, el número de estudiantes en cada grupo y otras variables.

### 6.2.1. Personal académico

Para determinar las necesidades teóricas del profesorado derivadas de la implantación del Grado en Comercio Internacional, la primera consideración que hay que tener en cuenta es que el profesorado adscrito a este título también imparte docencia en otras titulaciones, lo que va a implicar que la estimación que realizamos va condicionada a la configuración docente propuesta en otros títulos.

La estimación que se realiza se basa en la distribución de 1 ECTS (25 horas) para el estudiante con el fin de determinar las horas de dedicación de un profesor por cada crédito ECTS. Para ello se tienen en cuenta los siguientes criterios:

- Cada crédito ECTS incluye 25 horas de trabajo del estudiante, que incluyen actividades presenciales y no presenciales.
- El número de semanas lectivas, según el calendario académico de la Universidad de León, son 18 para el primer semestre (16 de docencia y dos para exámenes) y otras 18 para el segundo semestre (generalmente, 15 de docencia y tres para exámenes).
- En términos aproximados, se pueden considerar 30 semanas lectivas (para actividades presenciales y no presenciales) y 7 semanas dedicadas a la preparación y realización de exámenes.
- Bajo la hipótesis de que el alumno desarrolle aproximadamente unas 40 horas de trabajo a la semana, se computaría un total de 1480 horas a cursar en el año académico. Con un error de 20 horas (aplicable a un aumento de días para realización de exámenes), dicho valor corresponde a cursar anualmente 60 ECTS de 25 horas cada uno.
- La distribución del trabajo del estudiante depende del tipo de materia, aunque en todos los módulos que recoge el plan de estudios se incluyen actividades formativas tanto presenciales, en las que el estudiante interactúa con el profesor, como no presenciales, que se refieren al trabajo personal del alumno.
- Las actividades formativas presenciales incluyen las clases teóricas, las clases prácticas y resolución de tutorías y los seminarios, tanto en aulas de informática como para la preparación de trabajos tutelados. El resto de actividades hacen referencia a la realización de pruebas y exámenes, comprendiendo a su vez otro tipo de tareas, como la exposición de trabajos.
- Tomando como base las actividades formativas planteadas en cada una de las materias que conforman los módulos (Capítulo 5) hemos realizado una estimación del porcentaje que el alumno debe dedicar, por término medio, a cada tipo de actividad. Así, un 40% de cada crédito ECTS, lo que supone 10 horas, corresponde al trabajo autónomo del alumno, mientras que el 60% restante (15 horas) se refiere a las actividades de tipo presencial. El reparto de las actividades formativas presenciales se recoge en la tabla 6.3, donde se muestra la dedicación del estudiante, tanto en horas por crédito ECTS, como el porcentaje que esa dedicación supone.
- Teniendo en cuenta que se ofertan 50 plazas de nuevo ingreso y dadas las características de cada tipo de actividad formativa, se proponen grupos de diferente tamaño para cada una de ellas, tal como se muestra en dicha tabla.

Tabla 6.3. Distribución de las actividades formativas

Actividades formativas	Dedicación del estudiante		Número de grupos	Nº alumnos por grupo	nº horas x nº grupos
	%	horas			
Clases teóricas	24%	6	1	50	6
Clases prácticas o resolución tutorías	18%	4,5	1	50	4,5
Seminarios en aulas de informática	6%	1,5	2	25	3
Seminarios para trabajos tutelados	9%	2,25	5	10	11,25
Exámenes, pruebas y otras tareas	3%	0,75	1	50	0,75
Trabajo personal del alumno (no presencial)	40%	10	-	-	-
Total	100%	25	-	-	25,5

De acuerdo con los cálculos recogidos en la tabla anterior, el número de horas de trabajo del profesor por cada crédito ECTS (contando el número de grupos considerado para cada una de las diferentes actividades formativas) asciende a 25,5 horas. Dado que el plan de estudios consta de 228 créditos ECTS correspondientes a asignaturas (formación básica + obligatorias + optativas), el número de horas totales de dedicación del profesorado será de 5814 horas (228 x 25,5). A esta cifra hemos de añadir las horas de dedicación correspondientes al trabajo de fin de grado que, tal y como se describe en el Capítulo 5 (Planificación del módulo 11: Trabajo Fin de Grado), supone una dedicación total del profesor de 603 horas, que se desglosarían en 3 horas de un seminario de orientación inicial y 12 horas por alumno (siendo 50 el número de alumnos previsto que accedan al Grado, supone un total de 600 horas).

Por lo tanto, el volumen final de horas de dedicación del profesorado es de 6417 (5814 + 603), sin tener en cuenta las horas dedicadas a tutorías, las cuales asumimos que quedan cubiertas con las dedicadas en la actualidad (180 horas anuales por profesor).

Dado que la capacidad docente temporal de un profesor es de 240 horas lectivas anuales, se necesitarían aproximadamente 27 ( $6417 / 240 = 26,7$ ) profesores con dedicación completa para la docencia de la nueva Titulación. Teniendo en cuenta los recursos de profesorado disponibles (ver apartado 6.1) parece viable el desarrollo del nuevo Grado aplicando criterios de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

### 6.2.2. Personal de apoyo

Además del personal relacionado anteriormente (Tabla 6.3) y considerando que la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales realiza propuestas para más títulos de Grado que el que se desarrolla en esta Memoria, las necesidades de Personal de Apoyo se concretan en:

- 1 técnico de aula de informática
- 1 administrativo para Secretaría
- 1 auxiliar de servicios para Conserjería
- 1 oficial de biblioteca

### 6.2.3. Mecanismos disponibles para asegurar la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad

La Universidad de León cumple en marco normativo legal europeo y español sobre igualdad y no discriminación en materia de contratación, acceso y provisión de puestos de trabajo y, en particular, en lo previsto en:

- La Ley Orgánica de Universidades 6/2001, de 21 de diciembre, en su redacción modificada por la Ley Orgánica 4/2007 de 12 de abril, que contempla específicamente estos aspectos en:
  - \* Artículo 48.3 respecto al régimen de contratación del profesorado, que debe realizarse conforme a los principios de igualdad, mérito y capacidad.
  - \* Artículo 41.4, respecto de la investigación, en el sentido de que los equipos de investigación deben procurar una carrera profesional equilibrada entre hombres y mujeres. En cumplimiento de esta previsión, se han aprobado unas Medidas de apoyo a la investigación para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres en la Universidad Carlos III de Madrid, aprobadas por el Consejo de Gobierno en sesión de 12 de julio de 2007.
  - \* Disposición Adicional 24ª: en relación con los principios de igualdad y no discriminación a las personas con discapacidad.
- El Estatuto Básico del Empleado Público.
- La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad de mujeres y hombres
- La Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad
- Estatuto de la Universidad de León:
  - \* Título quinto. Comunidad Universitaria. CAPÍTULO I. Personal Docente e Investigador  
<http://www.unileon.es/index.php?elementoID=57>
  - \* Título quinto. Comunidad Universitaria. CAPÍTULO IV. Personal de Administración y Servicios  
<http://www.unileon.es/index.php?elementoID=57>

Además la Universidad de León cuenta con los siguientes elementos relacionados con la contratación, acceso del PDI:

- Reglamento de los Concursos para la provisión de plazas de Personal Docente e Investigador Contratado Laboral Temporal y Funcionario Interino.  
[http://www.unileon.es/ficheros/personal/pdi/reglamento\\_laboral\\_temporal.pdf](http://www.unileon.es/ficheros/personal/pdi/reglamento_laboral_temporal.pdf)
- Reglamento de los Concursos de Acceso a Cuerpos de Funcionarios Docentes Universitarios.  
[http://www.unileon.es/ficheros/personal/pdi/reglamento\\_concursos\\_funcionarios\\_docentes.pdf](http://www.unileon.es/ficheros/personal/pdi/reglamento_concursos_funcionarios_docentes.pdf)
- Principios de igualdad entre hombres y mujeres. Ley igualdad hombres y mujeres:  
<http://www.boe.es/boe/dias/2007/03/23/pdfs/A12611-12645.pdf>

## 7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

### 7.1.- Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles

El Grado en Comercio Internacional se impartirá en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, situada en el Campus de Vegazana.

Se trata de un edificio en el que se dispone de Aulas, entre las que se incluyen dos de Informática, Despachos de Profesores, Seminarios, Biblioteca, Hemeroteca, Sala de Postgrado, Sala de Juntas, Salón de Grados, Secretaría, Despachos para el Equipo de Decanato, Despacho para la Delegación de Alumnos, Salas para la realización de trabajos en grupo, Conserjería, Reprografía y hall.

#### Medios Disponibles

##### 7.1.1.- Descripción de equipamiento e infraestructuras:

Tipo de local	Nº	Capacidad	Equipamiento / Ubicación
Aula	1	395	Pizarra/Ordenador/Cañón/Conexión a red cableada
Aula	5	265	Pizarra/Ordenador/Cañón/Conexión a red cableada
Aula	2	175	Pizarra/Ordenador/Cañón/Conexión a red cableada
Aula	4	150	Pizarra/Ordenador/Cañón/Conexión a red cableada
Aula	2	70	Pizarra/Ordenador/Cañón/Conexión a red cableada
Aula	2	25	Pizarra/Ordenador/Cañón/Conexión a red cableada
Aula	2	22	Pizarra/Ordenador/Cañón/Conexión a red cableada
Aula de Postgrado	1	30	Pizarra/Ordenador/Cañón/Conexión a red cableada
Aula de Informática	2	20	Pizarra/Ordenador/Cañón/Conexión a red cableada
Seminarios	4	25	Conexión a red cableada
Seminarios Informática	3	20	Pizarra/Ordenador/Cañón/Conexión a red cableada
Salón de Grados	1	88	Cañón/Conexión a red cableada
Sala de Juntas	1	15	Conexión a red cableada
Biblioteca	1	240	Conexión Wi Fi
Hemeroteca	1	60	Conexión Wi Fi
Sala Trabajo (Grupo)	2	8	Conexión Wi Fi
<b>Conexión Wi Fi</b>			
Instalada en todo el edificio de la Facultad y en el Campus			
<b>Portales de apoyo académico</b>			
Aul@virtual, entorno virtual para la enseñanza en Red: <a href="https://www5.unileon.es/portal/page/portal/publico">https://www5.unileon.es/portal/page/portal/publico</a>			

La Universidad dispone de un edificio (CRAI-TIC: Centro TIC de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación) cuyo enlace es el siguiente: <http://crai-tic.unileon.es>, en el que también se puede impartir docencia previa petición y que está dotado con todos los medios informáticos y audiovisuales necesarios.

En la tabla anterior se diferencian dos tipos de Seminarios. Los señalados como Seminarios de Informática se utilizan en la actualidad para docencia práctica con ordenadores de grupos reducidos. Los especificados como Seminarios tienen utilidad para docencia y para los trabajos en grupos.

Las Aulas de Informática, así como la Biblioteca, Hemeroteca y Salas de Trabajo en grupo, el horario es ininterrumpido, desde las 9 de la mañana hasta las 21.00h.

En el hall que dispone el centro y que es de gran capacidad, existen mesas fijas a la pared donde existe la posibilidad de conexión a la red.

Entre los despachos asignados al equipo de decanato del centro, existen dos de ellos que en un horario fijado se transforman en Oficina para la atención de las Prácticas en Empresa y en Oficina de Relaciones Internacionales, atendidos ambos con Becarios de la Universidad.

La Biblioteca dispone de fondos bibliográficos suficientes, tanto de libros como de revistas. En la página siguiente: <http://www.economicas.unileon.es/index.php?id=3>, se puede consultar tanto la información general de la biblioteca como la colección bibliográfica de la misma y los correspondientes accesos. Dispone asimismo de cinco ordenadores para consulta bibliográfica.

El acceso a las instalaciones cumple los requisitos de accesibilidad universal señalados en la ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad. La entrada principal dispone de rampa de inclinación suave y en la entrada trasera, en la que se están realizando obras en la actualidad, se dispone de otra rampa.

La adaptación a otro tipo de discapacidad se realiza según las necesidades y con el apoyo del Servicio de Asuntos Sociales de la Universidad.

**La realización de las prácticas externas se canaliza a través de los convenios específicos de colaboración firmados con este propósito con las empresas listadas a continuación:**

**Tabla 7.2. CONVENIOS ESPECÍFICOS DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS**

<b>EMPRESAS</b>	<b>SECTOR</b>	<b>LOCALIDAD</b>	<b>Grado en Comercio Internacional</b>
Acustinor	Industrial	León	x
Alimentos Naturales	Alimentación	León	x
Almacenes Revitex	Distribución	León	x
B&A Consultores Estratégicos Analyza	Consultoría	León	x
Banco de Santander	Financiero	Madrid	x
Barcelona Virtual SL	Marketing	Barcelona	x
BBVA	Financiero	Madrid	x
Caja Duero	Financiero	León	x
Caja España	Financiero	Astorga.León	x
Kutxa- Caja de Ahorros	Financiero	León	x
Ceical SA	Administración Pública	León	x
Círculo Empresarial Leonés	Asociación	León	x
Deutsche Bank	Financiero	España	x
Fele (Federación Leonesa de Empresarios)	Asociación	León	x
Gfk	Marketing	Madrid	x
Hispana	Informática	León	x
Ildefe	Administración Pública	León	x
Insefor	Consultoría	León	x
Internet Media Box	Informática	León	x
IPSOS	Marketing	Madrid	x
MacDonalds	Hostelería	León	x
Manufacturas El Teleno	Industrial	León	x
MillwardBrown	Marketing	Madrid	x
Parador Hostal San Marcos	Hostelería	León	x

### **7.1.2.- Mecanismos para garantizar la revisión y mantenimiento de infraestructuras**

El mantenimiento y la revisión de las infraestructuras del Centro, se lleva a cabo por parte de dos Vicerrectorados de la Universidad: Vicerrectorado de Economía y Vicerrectorado de Campus. En ellos existen Secretariados y Servicios que se ocupan del mantenimiento, reparación y puesta a punto del equipamiento e instalaciones de toda la Universidad. El procedimiento que se sigue habitualmente es el siguiente:

#### **- Detección de necesidades**

Desde el Decanato o bien a través de las comisiones del centro, se analiza el estado de los recursos materiales y las mejoras que se deberían realizar. Este proceso se realiza individualmente de manera continuada y, en el caso de que las propuestas provengan de las comisiones del centro donde se imparte el título, están en función de la periodicidad de sus reuniones. Los mecanismos disponibles para la detección de necesidades son los siguientes:

1. Comisiones del centro que pueden detectar las necesidades en cuanto a recursos materiales y servicios
2. A través del PAS de Conserjería, que revisan y detectan necesidades en las aulas, seminarios, despachos, así como en otros espacios, facilitan información a los responsables del centro
3. Los profesores realizan sus sugerencias mediante la inclusión de observaciones en el parte de clase o bien informando directamente al personal de Conserjería o a los responsables del centro
4. Informes del Plan de Acción Tutorial, realizado trimestralmente

#### **- Toma de decisiones**

Se analizan las propuestas recibidas por los responsables del centro, que a su vez definirán las actuaciones que se llevarán a cabo para subsanar las deficiencias.

#### **- Ejecución**

Se ejecutan las actuaciones decididas a través de la solicitud que se realiza a los distintos sectores en función del tipo de recurso y del tipo de proceso que se necesite llevar a cabo (Servicio de Mantenimiento, Gerencia, etc.). Para ello los responsables del centro realizan:

1. Partes de mantenimiento que se envían a la Oficina Técnica de Gerencia
2. Órdenes internas de los responsables de centro
3. Comunicaciones internas al Servicio correspondiente de la Universidad (Servicio de Gestión Económica y Patrimonio. Dicho servicio hace llegar la solicitud a la Comisión Económica que analiza y emite informe para ejecución

Analizar los resultados de la acción, con objeto de comprobar si han sido los deseados. En el caso de que los resultados no hayan sido los deseados se implantan nuevas acciones correctoras.

### **7.2.- Previsión de adquisición de los recursos materiales y servicios necesarios**

Las necesidades más específicas de cada título se ven condicionadas por el resto de títulos de grado que solicita la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Con el fin de adecuar el centro a

las necesidades de los nuevos planes de estudio y, teniendo en cuenta que el crédito ECTS demanda una mayor utilización de medios informáticos y de espacios para revisión y seguimiento del rendimiento académico, las necesidades del centro son las siguientes:

1. Dividir tres de las aulas con capacidad para 265 personas en tres aulas cada una.
2. Actualización de los equipos informáticos de todas las aulas.
3. Construcción de un Salón de Actos con capacidad para 400 personas, cuya solicitud ya ha sido realizada sin respuesta afirmativa.
4. Ampliación de la Biblioteca y de la Hemeroteca.
5. Construir o habilitar dos nuevos espacios para Oficina de Prácticas en Empresa y Oficina de Relaciones Internacionales.

Para la adquisición de recursos y servicios se sigue un procedimiento similar el especificado para el mantenimiento de infraestructuras.

## 8. RESULTADOS PREVISTOS

### 8.1. Estimación de Indicadores

El Grado en Comercio Internacional es heredero de la Diplomatura en Ciencias Empresariales. Es, por consiguiente, una creación *ex-novo* y por lo tanto no pueden realizarse valoraciones de su trayectoria, al tratarse de un Grado de nueva implantación.

No obstante lo anterior, quizá sea pertinente señalar las razones que la Universidad de León, en su Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, ha tomado en consideración para la implantación de este Grado.

1.- La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales es heredera de una antigua Escuela de Comercio que, en su claustro de Profesores, contaba con tres Cátedras de Idiomas modernos: Alemán, Francés e Inglés. Esa continuidad en el aprendizaje de idiomas modernos, que supera ya los noventa años de historia, no se ha interrumpido hasta la actualidad.

2.- Esta característica polilingüística se ha conservado y es un elemento diferenciador de la inmensa mayoría de las Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales. Así, fue un centro pionero en el establecimiento de programas Erasmus. Dentro de la Universidad de León es la Facultad con más intercambios y acuerdos con universidades de todo el orbe. Se mantienen relaciones de intercambio con todos los países europeos y destaca que en el curso 2008-2009, sólo de la República Popular China, contará con sesenta estudiantes que siguen un Doble Diploma en Business Studies. Además, la Facultad envía y recibe estudiantes de fuera de Europa, en virtud de los destinos convenio que la Universidad tiene suscritos con universidades americanas (norte y sur), Australia y otras partes del mundo.

3.- Buena parte de los estudiantes que la Facultad recibe de instituciones extranjeras, aunque se han venido acoplado a las diferentes licenciaturas, en su país de origen cursan títulos asimilables al de Comercio Internacional que ahora se procura implantar en esta Universidad. Consecuentemente, y aunque no sea conveniente especular, resulta altamente probable que el éxito se aproximará a un 90%, con un posible 5% de abandono y otro 5% que emprenderá caminos diversos.

4.- Los estudios que actualmente se siguen en la Facultad de Económicas, en mayor o menor porcentaje, ya tienen todas ellas idiomas dentro de su plan de estudios. Por tanto, la intensificación de los mismos en un Grado en el que, además, otras disciplinas también se explicarán en un idioma extranjero, junto con la redacción de la Memoria de Fin de Grado en inglés o francés, atiende a la vocación claramente internacional de esta Facultad.

Teniendo en cuenta lo dicho, la previsión de que el perfil del Grado propuesto, por la formación económica y de idiomas incluida en el plan de estudios, actuará como filtro de entradas de estudiantes poco comprometidos con los estudios, el empleo del sistema de evaluación continuada y el tamaño del grupo establecido por el límite de acceso, la atención al progreso del alumno será bastante alto y en consecuencia, entendemos que la tasa de graduación será elevada y la tasa de abandono escasa. Considerando las cifras alcanzadas por las Titulaciones actuales de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, una aproximación de las estimaciones que consideramos pueden alcanzarse en el Grado en Comercio Internacional serían de una tasa de graduación del 75%, Tasa de abandono del 15% y tasa de eficiencia del 90%.

## 8.2. Proceso y Resultados de Aprendizaje

La Universidad de León dispone de un procedimiento general para la valoración del progreso y resultados del aprendizaje. En dicho procedimiento se describe cómo la universidad utiliza los resultados y los tiene en cuenta en la toma de decisiones de la titulación.

El desarrollo de este proceso se realiza siguiendo los pasos que se detallan a continuación, atendiendo al gráfico posterior en el que se especifican los responsables de cada una de las fases:

1. Elaboración de la documentación (informes, indicadores, estudios)
  
2. Presentación de resultados (por ámbitos, por niveles de análisis y decisión, en función de los destinatarios y grupos de interés)
  
3. Envío de la documentación a los diferentes grupos de interés/ nivel de decisión (en función del tipo de datos)
  
4. Análisis de la información
  
5. Toma de decisiones sobre:
  - Nivel de difusión
  - Sistema de difusión
  - Ámbito de mejora, diseño de mejoras y puesta en marcha
  - Responsables del seguimiento
  
6. Informe sobre toma de decisiones
  
7. Revisión metodológica de la información



## 9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO DE GRADO EN COMERCIO INTERNACIONAL

### 9.1. Responsables del sistema de garantía de calidad del plan de estudios

La Universidad de León define la política y objetivos de calidad a través del Vicerrectorado de Calidad y Acreditación (VCA) y, dentro de éste, a través la Oficina de Evaluación y Calidad (OEC), en tanto que supone un refuerzo de la garantía de la calidad y mejora continua que sus titulaciones ofrecen, facilitan el proceso de acreditación de las mismas y coloca a la Universidad en una situación favorable de cara a la competitividad con otras universidades de su entorno nacional e internacional. Los objetivos y política de calidad se hacen extensivos a todos los Centros de la Universidad de León.

En este sentido, el día 18 de septiembre de 2008, se aprobó en Consejo de Gobierno la creación de la Comisión de Calidad (CC\_ULE) de la Universidad de León, como el máximo órgano de decisión sobre el Sistema de Garantía de Calidad de la Universidad de León (SGC\_ULE).

La composición de la Comisión de Calidad es la siguiente:

- Rector (Presidente)
- Secretaria General
- Presidente del Consejo Social
- Vicerrector de Calidad y Acreditación
- Vicerrectora de Ordenación Académica
- Vicerrector de Investigación
- Vicerrector de Profesorado
- Vicerrectora de Campus
- Gerente
- Directora de la Oficina de Evaluación y Calidad
- Responsables de los Sistemas de Garantía Internos de Calidad de los Centros (SGIC). En caso de no existir todavía, representación de Decanos/Directores o persona en quien deleguen.
- 2 Representantes de estudiantes
- 1 Representante del Comité de Empresa del PAS

- 1 Representante de la Junta de PAS
- 1 Representante del Comité de Empresa del PDI
- 1 Representante de la Junta de PDI.

Las funciones de la Comisión de Calidad son:

1. Difundir los Objetivos y Política de Calidad entre la comunidad universitaria.
2. Definir la orientación del SGC\_ULE.
3. Hacer un seguimiento del desarrollo del SGC\_ULE y verificar que su funcionamiento cumple con los objetivos y política de calidad de la Universidad.
4. Aprobar las actuaciones y planes de mejora que se deriven del desarrollo del SGC\_ULE.
5. Recibir información de todos los ámbitos de la Universidad cuyas actuaciones puedan afectar al SGC\_ULE.
6. Aprobar el informe anual sobre el SGC\_ULE.

Siguiendo las directrices de la ENQUA (*European Association for Quality Assurance*) que establece los Criterios y directrices europeas para la garantía interna de la calidad en las instituciones de Educación Superior, desde la Universidad de León se ha consolidado la política y procedimientos internos para la garantía de calidad de la institución, con un compromiso con la cultura de calidad a través de estrategias propias de mejora continua y el desarrollo de procedimientos al servicio de la institución que permiten implicar a todos los agentes de la misma.

Estas acciones se han coordinado y desarrollado desde la Oficina de Evaluación y Calidad (OEC) del Vicerrectorado de Calidad y Acreditación (VCA) siendo este órgano *el responsable del seguimiento y garantía de calidad* en colaboración con la Comisión de Calidad de la Universidad.

El objetivo principal de este órgano es el de disponer de mecanismos adecuados para la mejora continua de la calidad en todos sus ámbitos (enseñanza, investigación y servicios), que estén al servicio de los responsables de las funciones básicas de la misma y que permita informar y rendir cuentas a la comunidad universitaria, la administración pública y la sociedad.

Las actividades se organizan en dos áreas: una de soporte y otra fundamental.

#### *LINEA 1. Planificación*

Objetivo: crear, coordinar y apoyar de forma estable mecanismos de planificación en todos los ámbitos de actuación de la institución.

El área de planificación coordina la adaptación de la organización de la institución hacia la elaboración de planes estratégicos. Dentro de esta función, se hace especial énfasis en la incorporación paulatina de criterios basados en la consecución de objetivos a la redistribución interna de la financiación en todos los ámbitos (enseñanza, investigación y servicios).

*LINEA 2. Evaluación*

Objetivo: crear, coordinar y apoyar de forma estable mecanismos de evaluación en todos los ámbitos de actuación de la institución, cualquiera que sea su fin (acreditación o mejora).

El área de evaluación, acreditación y certificación coordina la realización paulatina de estas actividades de acuerdo con las demandas externas y con las necesidades de la institución. La realización de estas actividades está encaminada al reconocimiento externo de la calidad de la institución, al cumplimiento de las exigencias de las nuevas normativas, a la mejora continua de la institución y a la creación de un sistema de garantía de calidad institucional.

*LINEA 3. Estudios institucionales*

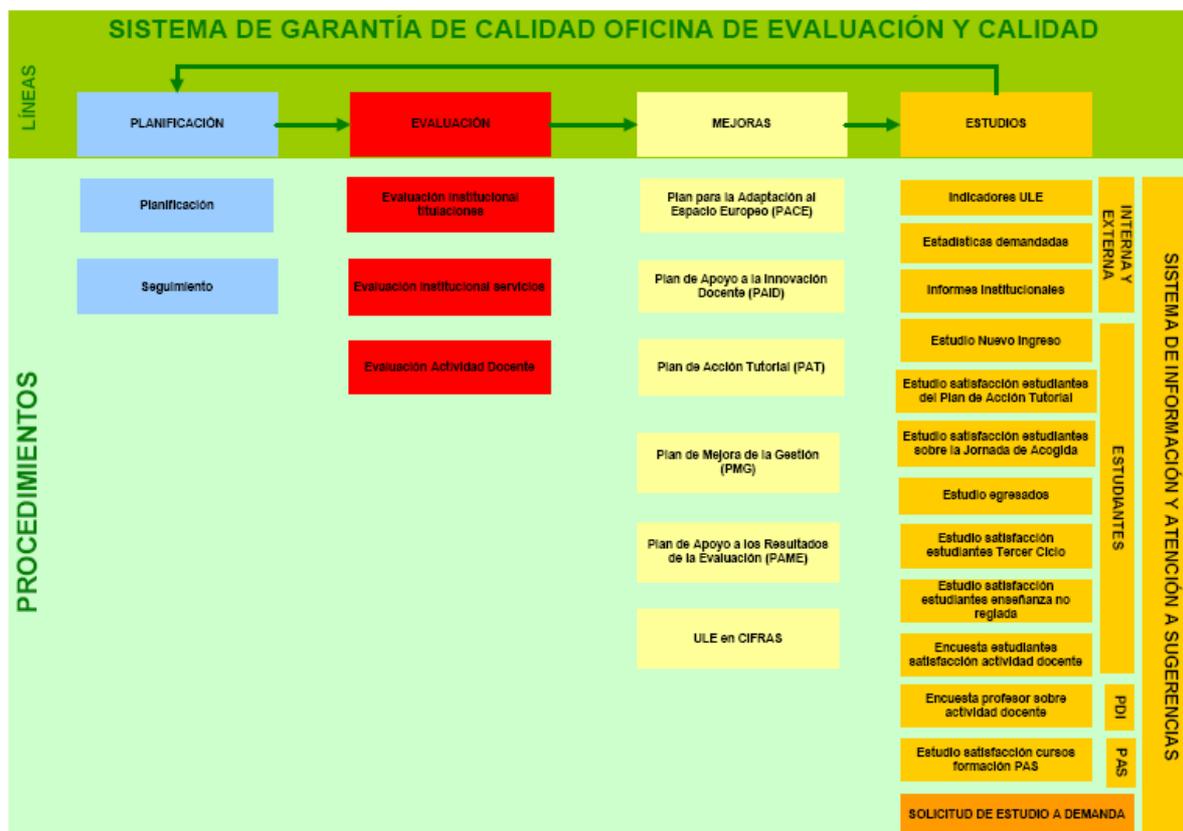
Objetivo: coordinar y explotar el sistema de información de la universidad, orientado al apoyo a la toma de decisiones y a informar de las actividades de la universidad a la comunidad universitaria, la administración pública y la sociedad

El área de estudios institucionales coordina todas las acciones encaminadas a ofrecer información útil para la toma de decisiones, así como es la responsable de la organización de toda la información estadística requerida tanto dentro como fuera de la institución.

*LINEA 4. Mejoras*

Objetivo: desarrollar planes de mejora de interés estratégico.

Con el fin de impulsar inicialmente iniciativas de mejora surgidas de los procesos de evaluación o de atender a las necesidades derivadas de los planes estratégicos elaborados, a través del mecanismo de proyectos piloto el área de mejoras pondrá en marcha y coordinará la creación de planes de mejora de interés estratégico.



Además de lo anteriormente citado, los Centros de la Universidad de León, responsables de la enseñanza universitaria, para lograr el desarrollo y cumplimiento de los objetivos marcados en el Sistema de Garantía de Calidad, han creado la **COMISIÓN DE CALIDAD DEL CENTRO**.

Composición de la Comisión de Calidad del Centro:

- Presidente de la Comisión: Decano/Director.
- Coordinador de calidad. Este es el representante del Centro en la Comisión de Calidad de la Universidad.
- Un representante de cada una de la titulaciones (grado, máster o de posgrado si agrupa a varios másteres)
- Un representante de estudiantes
- Un representante del PAS
- Un miembro de la Oficina de Evaluación y Calidad, que realiza funciones de asesoramiento.
- Secretario de la Comisión: Secretario de Centro.

Las **funciones del coordinador** son las siguientes:

- Ayudar al decano en la implantación y mantenimiento del Sistema de Garantía de Calidad del Centro.

- Cerciorarse de que se definen, instauran y mantienen los procesos adecuados para el desarrollo del Sistema de Garantía de Calidad en la Facultad
- Informar al Equipo Decanal/Directivo sobre el desarrollo el Sistema de Garantía de Calidad y sobre las necesidades de mejora que surjan
- Garantizar que se promueve la toma de conciencia de los requisitos de los grupos de interés en todos los niveles del centro
- Formar parte de la Comisión de Calidad de la Universidad ( De acuerdo con el documento aprobado en Consejo de Gobierno el 18/09/08)

*Las **funciones la comisión de calidad del Centro** son.*

- Verificar la planificación del SGIC del Centro, de modo que se asegure el cumplimiento de los requisitos generales del Manual del SGIC, de la Política y los Objetivos de la Calidad y de los requisitos contemplados en las guías de verificación y certificación correspondientes.
- Es informado por el Decano/Director respecto a la Política y los Objetivos Generales de la Calidad de la Centro y disemina esta información por el resto del Centro.
- Recibe y, en su caso, coordina la formulación de los objetivos anuales del Centro y realiza el seguimiento de su ejecución.
- Realiza el seguimiento de la eficacia de los procesos a través de los indicadores asociados a los mismos.
- Recibe información del Decano/Director sobre los proyectos de modificación del organigrama y se posiciona ante los mismos.
- Controla la ejecución de las acciones correctivas y/o preventivas, de las actuaciones derivadas de la revisión del sistema, de las acciones de respuesta a las sugerencias, quejas y reclamaciones y, en general, de cualquier proyecto o proceso que no tenga asignado específicamente un responsable para su seguimiento.
- Estudia y, en su caso, aprueba la implantación de las propuestas de mejora del SGIC sugeridas por los restantes miembros del Centro.
- Decide la periodicidad y la duración, dentro de su ámbito de competencia, de las campañas de recogida de encuestas de medida de la satisfacción de los grupos de interés.
- Es informado por el Coordinador de Calidad de los resultados de las encuestas de satisfacción y propone criterios para la consideración de las propuestas de mejora que puedan derivarse de esos resultados

### 9.1.1. Participación de los grupos de interés

Los Centros de la Universidad, al implantar su SGIC, han tomado en consideración los requisitos de calidad explícitos o implícitos de los diferentes grupos de interés con relación a la formación que se imparte en los mismos, con especial atención a los estudiantes.

Por grupo de interés se entiende toda aquella persona, grupo o institución que tiene interés en el Centro, en las enseñanzas o en los resultados obtenidos. Los grupos de interés en la Universidad de León son: estudiantes, profesores y personal de apoyo de los centros, Consejo de Dirección de la Universidad, egresados, empleadores, administraciones públicas y sociedad en general.

El análisis de sus necesidades y expectativas, son el punto de partida para el establecimiento de su SGC, visible no sólo en el interior del Centro, sino, sobre todo, ante los grupos de interés externos al mismo.

Los CAUCES establecidos, en la Universidad de León, para la PARTICIPACIÓN de los grupos de interés son:

Los estudiantes, profesores y personal de apoyo del Centro están representados, o forman parte en su totalidad, de los diferentes órganos colegiados, como Juntas de Sección o Titulación y Junta de Centro, así como de las diferentes comisiones que emanan de las anteriores.

Todo ello además de estar recogida su posible participación en los Consejos de Departamento y en los órganos de “entidad superior”, como Consejo Social, Claustro o Consejo de Gobierno y sus respectivas comisiones

Egresados, Empleadores, Administraciones públicas y Sociedad en general, están representados, dentro de la estructura de la Universidad, en el Consejo Social y son consultados por el Centro ante decisiones en las que su opinión se considera fundamental, por medio de encuestas o reuniones mantenidas por su Equipo de Dirección.

En los casos en que el Centro contempla la realización de prácticas externas, tanto obligatorias o no, esta relación es especialmente fluida, tanto con los representantes directos de los organismos o empresas en que las mismas se realizan como con las personas encargadas de tutelar las tareas encomendadas a los estudiantes.

En relación con la RENDICIÓN DE CUENTAS a los grupos de interés, el Equipo de Dirección del Centro informa sistemáticamente a los miembros de la Junta de Centro en las diferentes sesiones, ordinarias o extraordinarias, que se desarrollan de la misma.

Los Centros de la Universidad de León disponen en este sentido de los procedimientos:

- *MP2008P\_6: Sistemas de Información y difusión (apartado 9.5.2.)*
- *MP2008P\_5: Análisis y utilización de la información (Ver apartado 9.2.5.)*

Finalmente, los Centros de la Universidad de León disponen de los siguientes procesos para medir la satisfacción de los grupos de interés:

- Procedimientos de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida.
- Procedimientos para el análisis de la satisfacción de los distintos grupos de interés (Ver apartado 9.5.2.)

## **9.2. Procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y del profesorado**

Estas acciones corresponden a las líneas 2 y 4 de la OEC del VCA.

### **9.2.1. Proceso de evaluación de la enseñanza**

Se trata de un proceso de diagnóstico de las fortalezas y debilidades que concluye con el plan de mejoras que sería necesario implementar para mejorar la calidad de la titulación evaluada.

Este procedimiento consta de cuatro fases: preparación, autoevaluación, evaluación externa y fase final o de plan de mejoras, y es de aplicación sobre todas las enseñanzas universitarias, de la Universidad de León, conducentes a la obtención de títulos de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

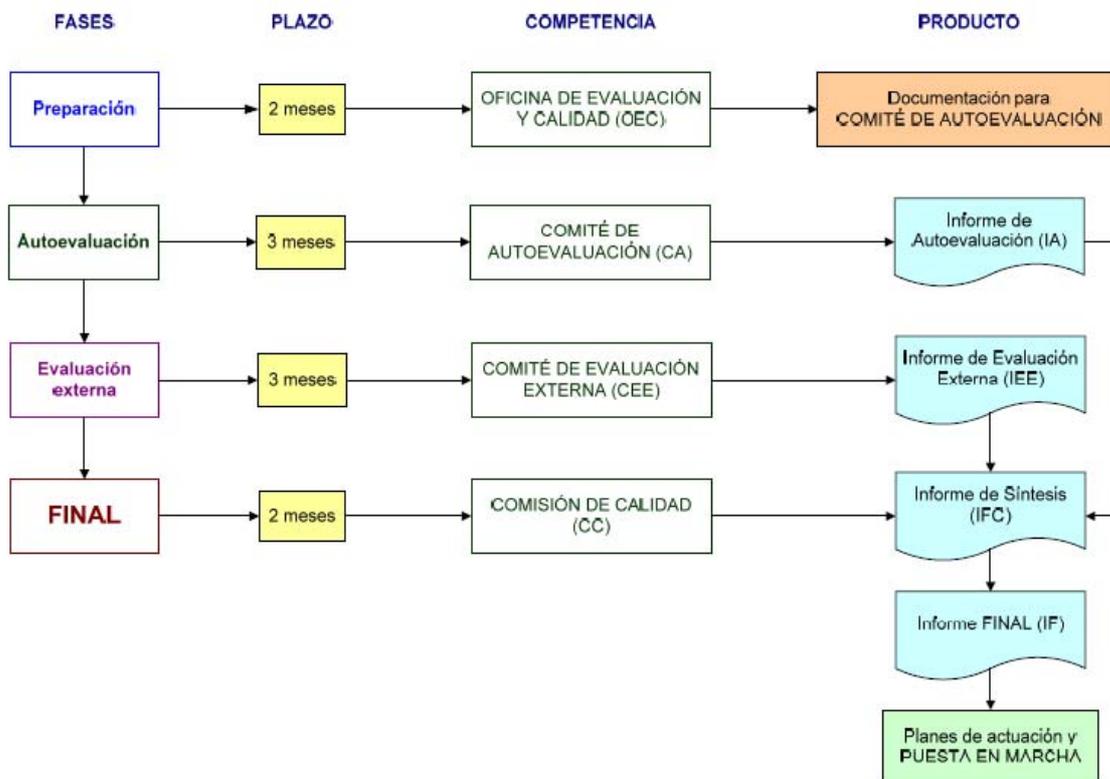
Dicho proceso afecta a todos los grupos de interés implicados en la/s enseñanza/s evaluada/s en cada momento; estudiantes, profesores y personal de apoyo del Centro/s, egresados, empleadores, Administraciones Públicas y Sociedad en general.

La gestión del proceso se desarrolla desde la OEC. El desarrollo del proceso lo realizan las Comisiones Internas creadas en cada titulación para el desarrollo de dicho proceso. Finalmente, la toma de decisiones sobre los resultados del proceso de evaluación dependerá, en función del ámbito de competencia, de los responsables de centro o de los responsables institucionales.

La periodicidad de este proceso será cada cuatro años.

A continuación se presenta el cuadro que recoge la descripción general del proceso:

## DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO



### 9.2.2. Proceso de actualización y mejora del programa

Se desarrollan a través de los criterios y procedimientos que para tal fin la OEC (Línea 4).

Una vez desarrollado el proceso de evaluación correspondiente, el Programa a evaluar identificará las propuestas de mejora para realizar el plan de mejora específico del Programa. Este plan de mejora facilitará el seguimiento del proceso de actualización del Programa. El plan de mejora es un objetivo del proceso de mejora continua y requiere la implicación de todos los responsables universitarios que tengan relación con el Programa objeto de evaluación. Constituye las decisiones estratégicas con los cambios que deben incorporarse en el Programa y la incorporación de acciones correctoras. El plan de mejora permite identificar las acciones de mejora concretas, analizar su viabilidad, establecer prioridades, disponer de un plan de acciones, negociar estrategias a seguir, incrementar la eficiencia y motivar a los implicados para mejorar el nivel de calidad.

El plan de mejora especificará los siguientes puntos:

- Acciones de mejora concretas
- Tareas a desarrollar para cada acción de mejora
- Responsable

- Fecha de inicio
- Fecha de finalización
- Recursos necesarios
- Indicador de seguimiento
- Responsable de seguimiento
- Beneficios esperados

### **9.2.3. Proceso de revisión de resultados**

Estas acciones corresponden a las líneas 2 y 4 de la OEC del VCA.

A través del proceso de revisión de resultados se pretende:

- Analizar las mejoras que se han desarrollado hasta este momento y sus resultados
- Analizar las mejoras que no se han desarrollado hasta este momento y sus causas
- Realizar un nuevo Plan de Mejoras, a desarrollar a partir de este momento, que cuente con el respaldo institucional

Este procedimiento será de aplicación sobre todas las titulaciones de los distintos Centros de la Universidad de León, que hayan desarrollado previamente un proceso de evaluación, y revisa los resultados de las enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de títulos oficiales en la ULE. Se lleva a cabo mediante los siguientes pasos:

- Revisión de los Informes de Autoevaluación, Evaluación Externa e Informe de Síntesis elaborados durante el proceso de evaluación.
- Revisión de la documentación aportada durante dicho proceso de evaluación.
- Elaboración, para cada una de las reuniones del Comité Interno, de una ficha con la síntesis de la información que se refleja en los informes citados anteriormente, que hacía hincapié en las propuestas de mejora.
- Análisis de las propuestas de mejora en cada una de las reuniones, establecidas por el Comité Interno.
- Definición en líneas generales de los cambios más importantes experimentados en la Titulación.
- Formulación del Plan de Mejora para los próximos 3-4 años.

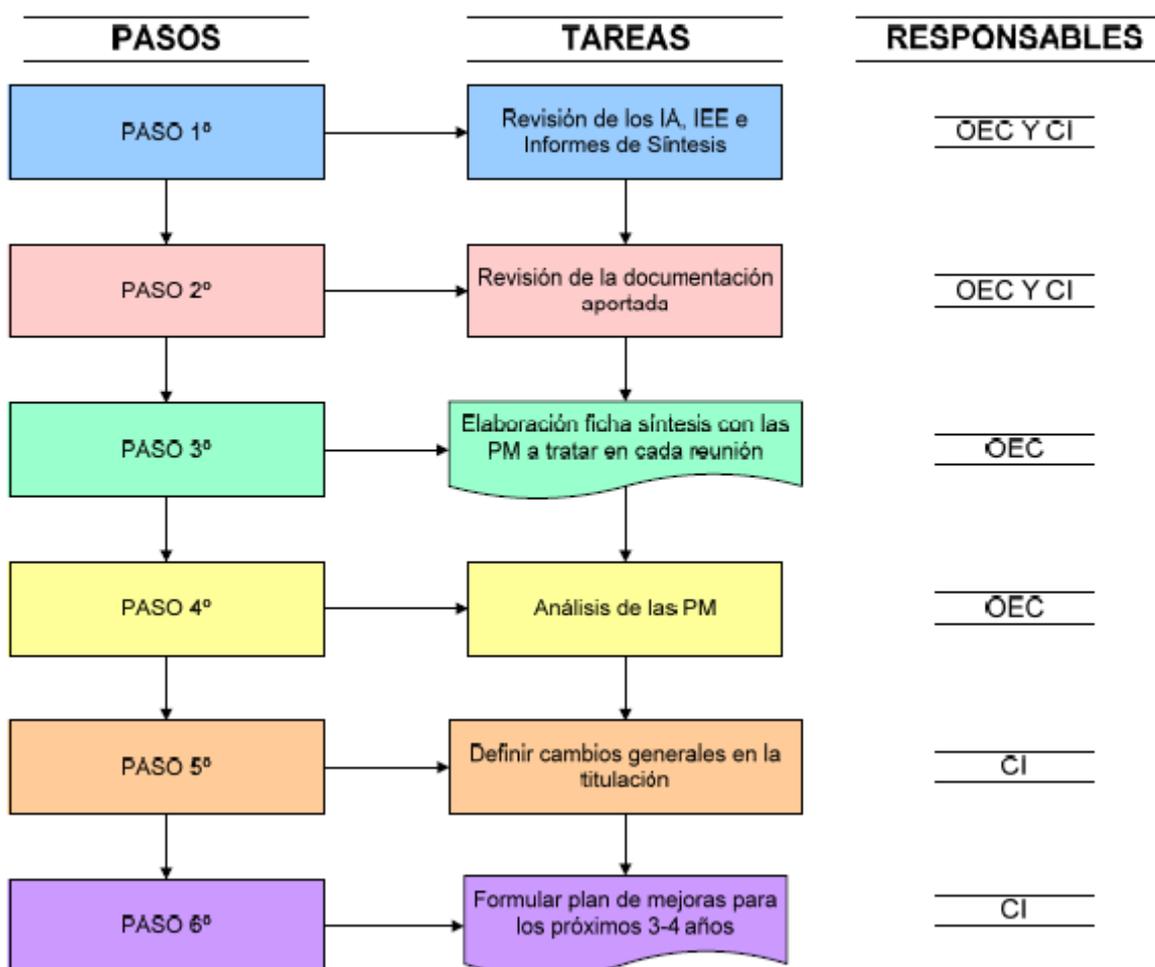
Este proceso afecta a todos los grupos de interés implicados en el desarrollo de la enseñanza, internos y externos al centro: estudiantes, profesores y personal de apoyo del Centro/s, egresados, empleadores, Administraciones Públicas y Sociedad en general.

La gestión del proceso se desarrolla desde la OEC. El desarrollo del proceso lo realizan las Comisiones Internas de las titulaciones, pudiendo contar con comisiones externas en los casos

que se considere necesario. Finalmente, la toma de decisiones sobre los resultados del proceso de evaluación correrá a cargo de los órganos unipersonales implicados en la toma de decisiones y los responsables institucionales, *de acuerdo con los procesos MP2008P\_5: Análisis y utilización de la información (Ver apartado 9.2.5.) y MP2008P\_6: Sistemas de Información y difusión (apartado 9.5.2.)*

A continuación se presenta el cuadro que recoge la descripción general del proceso:

## PROCESO DE REVISIÓN DE RESULTADOS



### 9.2.4. Procedimiento de orientación de la enseñanza a los estudiantes

Esta acción corresponde a la línea 4 de la OEC del VCA que se desarrolla a través del procedimiento institucionalizado del Plan de Acción Tutorial de la ULE.

Este Plan parte del VCA y está apoyado y coordinado por la OEC de la Universidad de León. Cada año se desarrollan las Bases de Participación en el PAT cuyo objetivo general del Plan de Acción Tutorial es el de *establecer un sistema de orientación y seguimiento académico para los estudiantes del primer y segundo año de la*

*Universidad de León y en cada una de las titulaciones de la ULE mediante la asignación de un profesor-tutor.*

Los objetivos específicos son:

- Facilitar la integración en el sistema universitario
- Guiar en el desarrollo de estrategias de aprendizaje.
- Facilitar información a los estudiantes sobre aspectos académicos relacionados con: planes de estudio, horarios, calendario exámenes, otras actividades académicas, salidas profesionales, sistemas de trabajo, tiempo de estudio etc.
- Orientar en la trayectoria curricular.
- Informar sobre salidas profesionales.
- Buscar mecanismos de apoyo y mejora para la comunicación entre los estudiantes.

Como sistema de apoyo y recogida de información para los tutores se desarrolla el estudio sobre los estudiantes de nuevo ingreso desde la OEC.

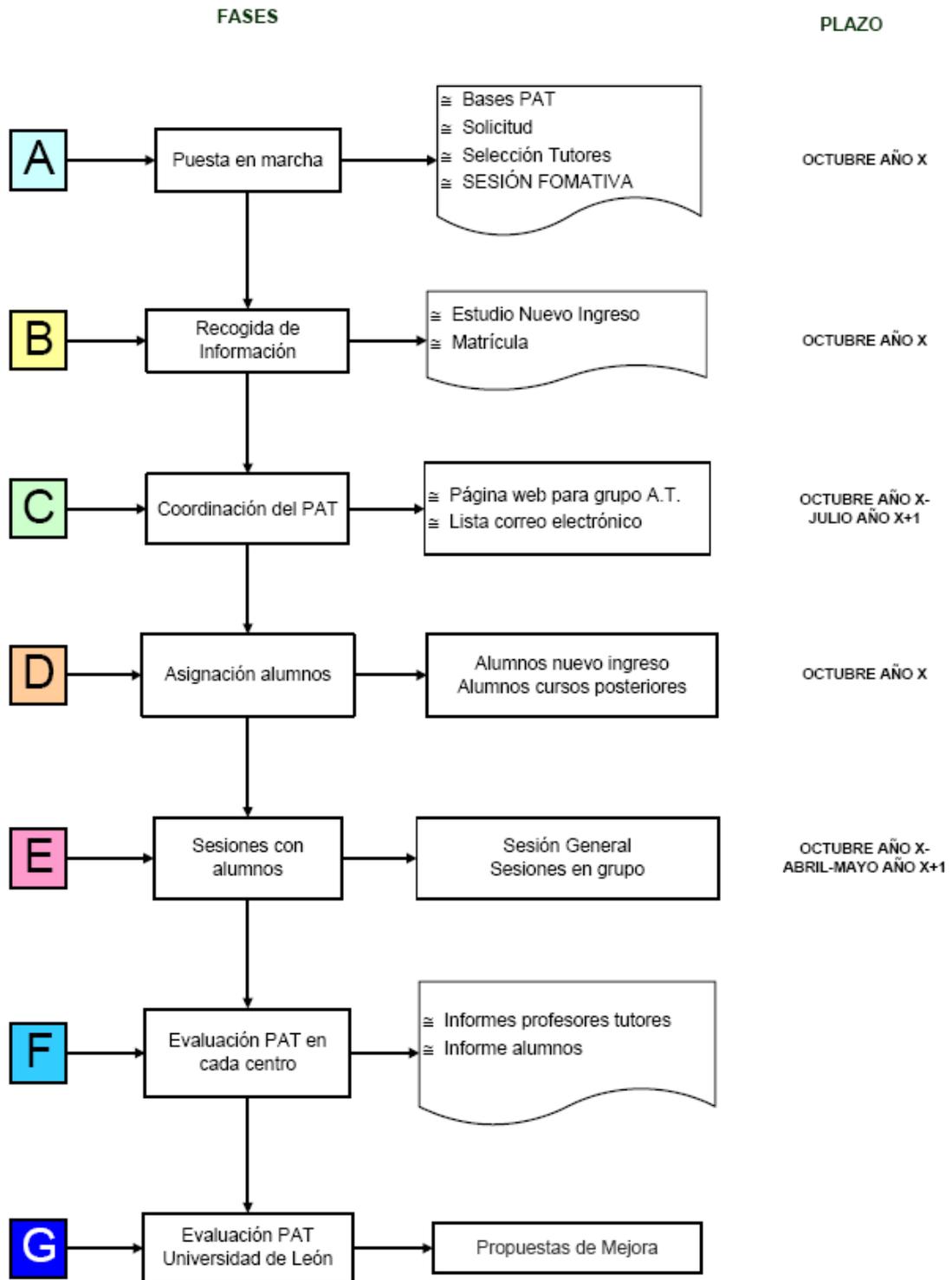
Estos estudios se realizan por centros y titulaciones incorporando aspectos sobre la procedencia de los estudiantes de nuevo ingreso, elección de la titulación, conocimiento del plan de estudios, expectativas, habilidades y capacidades. A esta información se añaden los datos de matrícula de los estudiantes.

El proceso del PAT se desarrollará de acuerdo con la metodología planteada y el calendario propuesto. Las principales tareas son las siguientes:

- Puesta en marcha del PAT.
- Sistema de recogida de información.
- Sistema de coordinación del grupo de profesores tutores y seguimiento.
- Asignación de estudiantes por tutor.
- Desarrollo de las sesiones con los grupos de estudiantes.
- Evaluación del PAT de cada centro.
- Evaluación PAT-ULE.

La OEC es la encargada de realizar las bases de participación del PAT así como la gestión y evaluación del mismo: Los centros a través de un coordinador y de los tutores son responsables del desarrollo del PAT y de la toma de decisiones sobre los resultados de evaluación del centro que sean competencia del mismo. Finalmente, los responsables institucionales, realizan el reconocimiento institucional de la función del tutor así como, la toma de decisiones sobre las conclusiones del PAT y de los resultados de su

evaluación competencia de la institución.



### 9.2.5. Proceso de análisis y utilización de la información

Estas acciones corresponden a las líneas 2 y 4 de la OEC del VCA.

A través de este proceso se miden y analizan los resultados del aprendizaje, de la inserción laboral y de la satisfacción de los grupos de interés, así como se toman las decisiones a partir de los mismos, para la mejora de la calidad de las enseñanzas impartidas en la ULE.

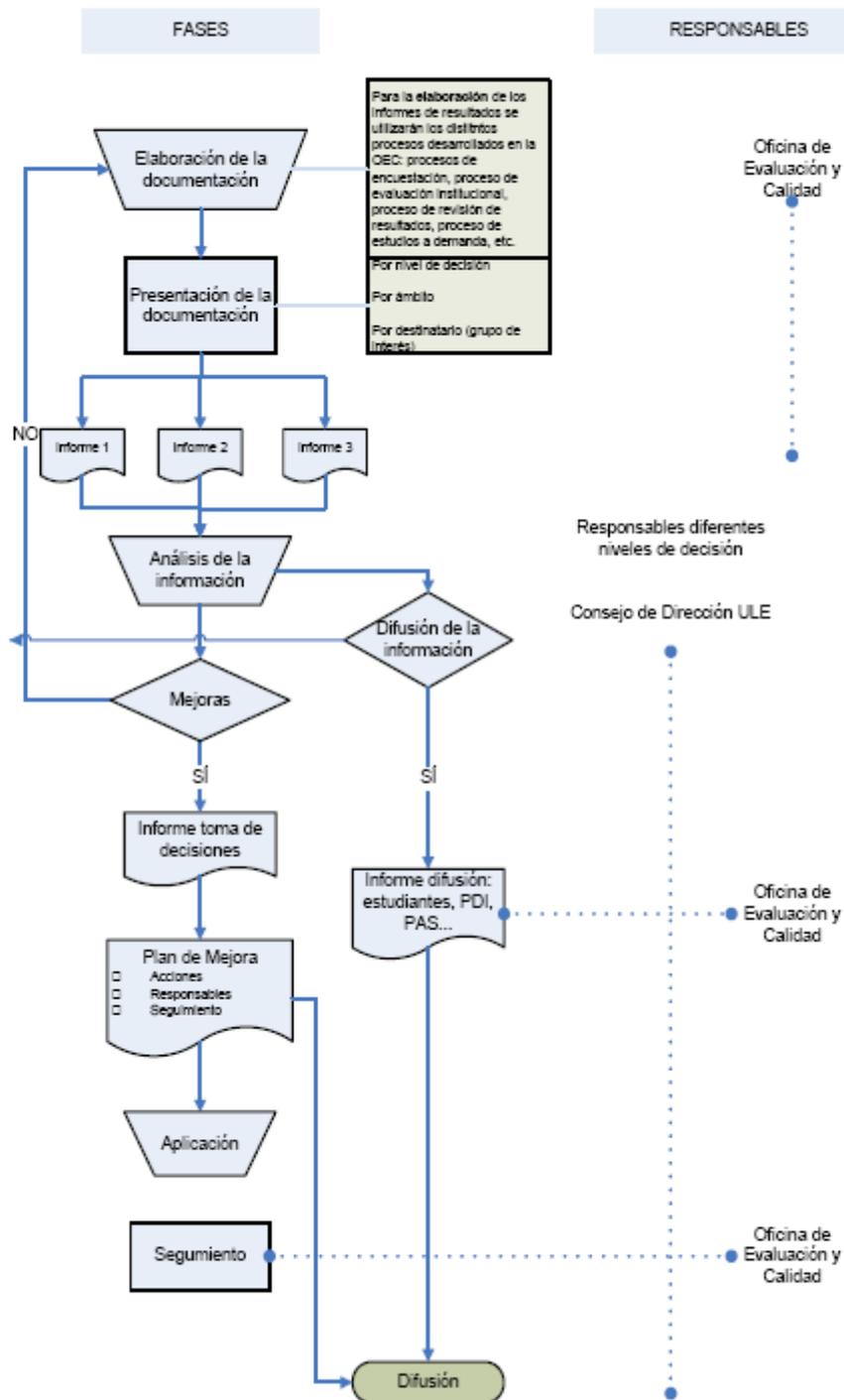
<b>TÍTULO</b>	Análisis y utilización de la información
<b>CÓDIGO</b>	MP2008P_5
<b>VERSIÓN</b>	Marzo 2009
<b>ELABORACIÓN</b>	OEC
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>Presentar como el Centro garantiza que se mida y analicen los resultados del aprendizaje, de la inserción laboral y de la satisfacción de los grupos de interés, así como la forma en que se toman las decisiones a partir de los mismos, para la mejora de la calidad de las enseñanzas impartidas en el mismo.</p> <p>Además, establece como el Centro establece planes de mejora de la calidad de las enseñanzas y se realiza el seguimiento de los mismos.</p>
<b>ALCANCE</b>	<p>Todas las titulaciones que se imparten en los Centros de la ULE.</p> <p>Los resultados que pueden ser objeto de análisis son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La oferta formativa.</li> <li>• Resultados del aprendizaje.</li> <li>• Resultados del análisis de la inserción laboral y de la satisfacción con la formación recibida.</li> <li>• Objetivos y planificación de las titulaciones.</li> <li>• Políticas de acceso y orientación de los estudiantes.</li> <li>• Metodologías de enseñanza, aprendizaje y evaluación (incluidas las prácticas externas).</li> <li>• Movilidad.</li> <li>• Alegaciones, reclamaciones y sugerencias.</li> <li>• Acceso, evaluación, promoción y reconocimiento del personal académico y de apoyo.</li> <li>• Los servicios y la utilización de los recursos materiales.</li> <li>• Estudios sobre la satisfacción de los distintos grupos de interés y obtención de información sobre sus necesidades y expectativas para la toma de decisiones en la mejora de la calidad.</li> <li>• Evaluación de la actividad docente del profesorado.</li> </ul>
<b>RESPONSABLES</b>	<p><b>Preparación de la información:</b></p> <p>OEC</p>

	<p><b>Análisis y revisión para utilización de resultados:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comisión/es de Calidad (Centro, Institucional)</li> <li>• Consejo de Dirección</li> <li>• Equipo Decanal/Directivo u Órgano responsable de la enseñanza</li> </ul> <p><b>Aprobación del informe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consejo de Gobierno</li> </ul> <p><b>Difusión de resultados:</b></p> <p>Institución:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consejo de Dirección</li> </ul> <p>Centro:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo Decanal/Directivo u Órgano responsable de la enseñanza</li> </ul> <p><b>Gestión de la difusión de la información:</b></p> <p>OEC</p> <p><b>Elaboración del plan de mejoras:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comisión de Calidad (Centro, Institucional)-</li> <li>• Oficina de Evaluación y Calidad</li> </ul> <p><b>Aprobación del Plan de Mejoras y Difusión:</b></p> <p>Institución:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consejo de Dirección</li> </ul> <p>Centro:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo Decanal/Directivo u Órgano responsable de la enseñanza</li> </ul> <p><b>Seguimiento, medición y mejora:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina de Evaluación y Calidad</li> <li>• Comisiones de calidad (Centro e Institucional)</li> <li>• Consejo de Dirección</li> <li>• Equipo Decanal/Directivo u Órgano responsable de la enseñanza</li> </ul>
<b>GRUPOS DE INTERÉS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiantes, PDI, PAS: mediante sus representantes en las distintas comisiones (Comisión de Calidad, Consejo de Gobierno,....) así como emitiendo sus opiniones a través de las encuestas y presentando las reclamaciones y sugerencias que consideren oportunas.</li> <li>• Egresados y empleadores; a través de sus representantes en las diferentes comisiones, participando en las encuestas y presentando las reclamaciones y sugerencias que consideren oportunas.</li> <li>• Sociedad: analizando la información que recibe en relación con los resultados alcanzados y sobre las acciones establecidas y, reaccionando ante las mismas.</li> </ul>
<b>TIEMPOS</b>	Anual
<b>DESARROLLO</b>	Los pasos a seguir son:

	<p><b>1. Elaboración de la documentación (informes, indicadores, estudios).</b></p> <p>La OEC recogerá la información procedente de los resultados de la satisfacción de los grupos de interés, resultados del aprendizaje y de la inserción laboral, así como de cada uno de los procedimientos presentes en el Sistema de Garantía de Calidad.</p> <p><b>2. Presentación de resultados (por ámbitos, por niveles de análisis y decisión, en función de los destinatarios y grupos de interés).</b></p> <p>La Oficina de Evaluación y Calidad presentará a la Comisión de Calidad Institucional o de Centro, los resultados alcanzados.</p> <p>La Comisión de Calidad de la ULE o la Comisión de Calidad del Centro, en su caso, revisarán la información recopilada comprobando que es suficiente, además de su validez y fiabilidad. En el caso de que se detecte alguna ausencia de información destacable o falta de validez, se lo comunicará a la OEC, para corregir las desviaciones detectadas.</p> <p><b>3. Envío de la documentación a los diferentes grupos de interés / nivel de decisión (en función del tipo de datos).</b></p> <p><b>4. Análisis de la información.</b></p> <p>La Comisión de Calidad (Centro, institucional) analizará la información presentada por la OEC, elaborando el informe anual de resultados.</p> <p>En el caso de detectarse desviaciones significativas, se analizan las causas y se establece el plan de mejoras pertinente para su subsanación.</p> <p><b>5. Toma de decisiones sobre:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Nivel de difusión</li> <li>b. Sistema de difusión</li> <li>c. Ámbito de mejora, diseño de mejoras y puesta en marcha</li> <li>d. Responsables del seguimiento</li> </ol> <p><b>6. Informe sobre toma de decisiones.</b></p> <p><b>7. Revisión metodológica de la información.</b></p> <p><b>8. Seguimiento, medición y mejora</b></p> <p>Dentro del proceso de revisión anual del Sistema de Garantía Interna de Calidad se incluirá la revisión de este procedimiento, planificando y evaluando como se han desarrollado las acciones pertinentes para la mejora.</p> <p>Para la medición y análisis de los resultados se tendrán en cuenta todos los indicadores y encuestas de los procedimientos clave del SGIC.</p> <p><b>9. Rendición de cuentas</b></p> <p>Una vez al año el Consejo de Dirección de la ULE o Equipo Decanal/Directivo u Órgano responsable de la enseñanza, debe rendir cuentas sobre los resultados relacionados con la Institución/Centro/Título.</p>
<p><b>DOCUMENTOS UTILIZADOS Y/O GENERADOS</b></p>	<p><i>Documentos para el análisis:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informes Evaluación Actividad Docente: Encuesta estudiantes/ Encuesta a profesor.</li> <li>• Informes Evaluación Institucional: Titulación/ Universidad.</li> <li>• Informes revisión resultados.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informes satisfacción oferta formativa PDI.</li> <li>• Documento Cuadro de mando de indicadores.</li> <li>• Informes del Plan de Acción Tutorial: Informes profesor tutor/ informes coordinación Centro/ Encuesta satisfacción estudiantes.</li> <li>• Informes encuesta satisfacción estudiantes de Nuevo Ingreso.</li> <li>• Informes encuesta satisfacción egresados.</li> <li>• Informes encuesta satisfacción cursos extensión universitaria.</li> <li>• Informe encuesta satisfacción Jornadas de Acogida.</li> <li>• Actas e informes de seguimiento coordinación de prácticas de Centro.</li> <li>• Partes incidencia / reclamación/sugerencia del Centro.</li> <li>• Informes encuesta satisfacción oferta formativa PAS.</li> <li>• Informes seguimiento / Manual de procesos PAS.</li> <li>• Informes estudio competencias.</li> </ul> <p><i>Documentos sobre toma de decisiones:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe Comisión de Calidad del Centro.</li> <li>• Informe Comisión de Calidad de ULE.</li> </ul>
<b>DIAGRAMA</b>	Sí
<b>NORMATIVA</b>	Estatuto de la Universidad de León Normas Régimen Interno ULE Reglamento de Régimen Interno de Centro

## Análisis y utilización de la información



### 9.2.6. Sistema de indicadores ULE

Esta acción corresponde a la línea 3 de la OEC del VCA.

La OEC ha desarrollado un sistema de información sistemático y actualizado a través de un conjunto de indicadores preestablecidos siguiendo como guía y definición de los mismos el Catálogo de Indicadores del Consejo de Coordinación Universitaria.

El objetivo principal consiste en obtener información de apoyo y seguimiento a las unidades que desarrollan sistemas de evaluación y seguimiento. Se trata de facilitar datos para la toma de decisiones a nivel titulación e institucional.

La organización y desarrollo se ha realizado en tres fases: preparación, estructuración de la información y difusión. Haber llegado a este punto es el resultado del esfuerzo y de la decisión, por parte de la institución, para abordar este aspecto.

Este trabajo de coordinación, simplificación, homogeneización y centralización de la información permite que las personas implicadas y la sociedad en general puedan acceder a una información de forma rápida y eficaz.

### **9.2.7. Procedimiento de evaluación de la actividad docente del profesorado**

Esta acción corresponde a la línea 2 de la OEC del VCA.

Hasta el momento se desarrolla el proceso de evaluación de la actividad docente del profesorado a través de un diseño propio donde se ha implicado a toda la comunidad universitaria. Desde 2007 integrados en el programa DOCENTIA de la ANECA y la ACSUCYL.

Este proceso dispone de los criterios de evaluación docente, normativa propia y herramientas para el proceso de encuestación: cuestionario dirigido a los estudiantes y cuestionario dirigido al profesor.

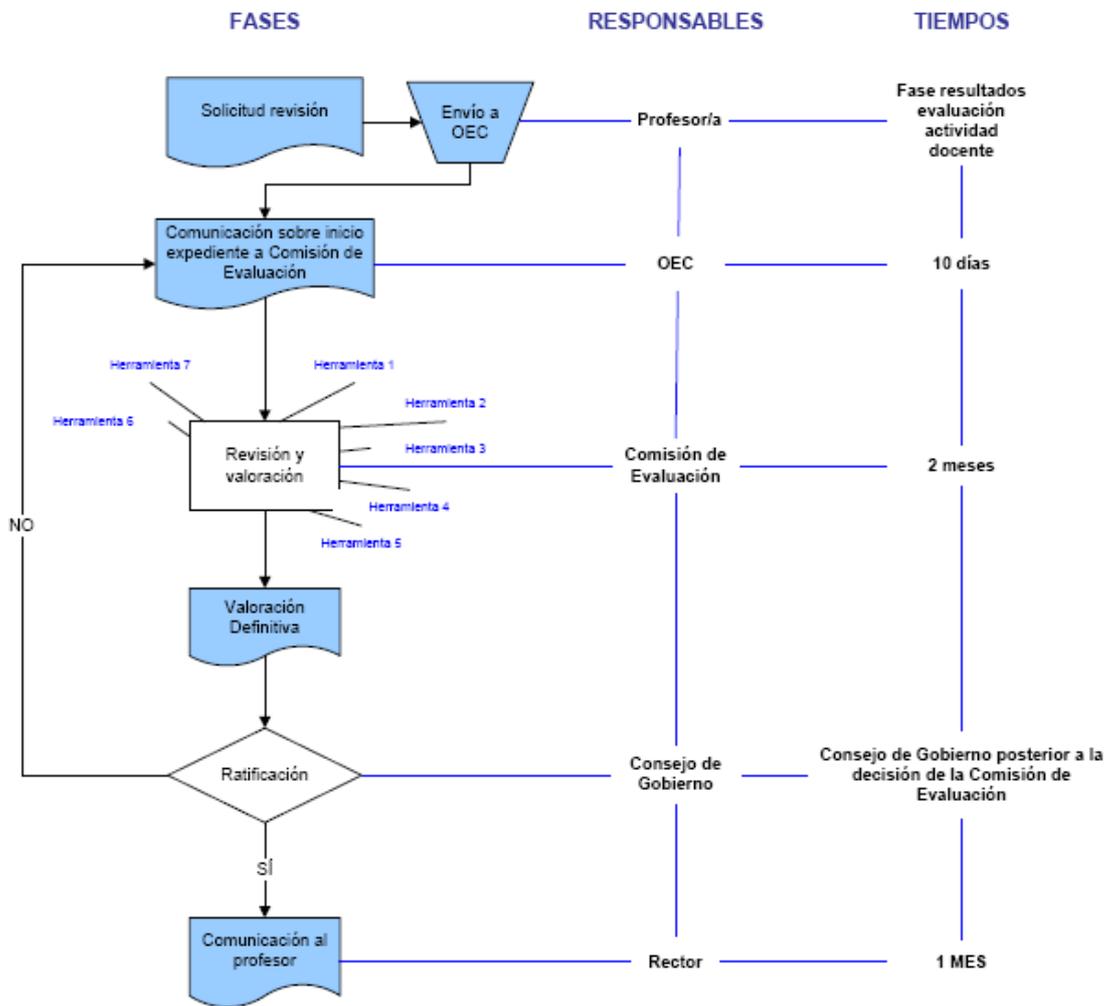
Los objetivos de la evaluación docente del profesorado en la Universidad de León son:

1. Establecer un sistema permanente de análisis de la opinión de los estudiantes con la actividad docente del profesorado de la Universidad de León.
2. Proporcionar información al personal docente sobre el desarrollo de su actividad docente que sea de utilidad para mejorar dicha actividad.
3. Proporcionar información sobre la actividad docente del profesorado a los responsables de la toma de decisiones en todos los ámbitos vinculados dentro de la Universidad de León.

Respecto a los responsables, la información y gestión del proceso se desarrolla desde la OEC y la toma de decisiones a través de los responsables institucionales y comisiones creadas para tal fin.

Los agentes implicados en este proceso son: Profesorado, estudiantes, responsables centro (Decanos/Directores y coordinadores de centro del proceso), VCA, OEC, Vicerrectorado de Ordenación Académica, Servicio de Informática y Comunicaciones, Consejo de Dirección de la ULE y Grupo de Mejora.

Evaluación Actividad Docente



**9.2.8. Proceso de formación del profesorado de la Universidad de León**

Estas acciones corresponden a las líneas 1 y 4 de la OEC del VCA.

Los objetivos que se persiguen con el Plan de Formación del Profesorado de la ULE (PFPU\_ULE) son:

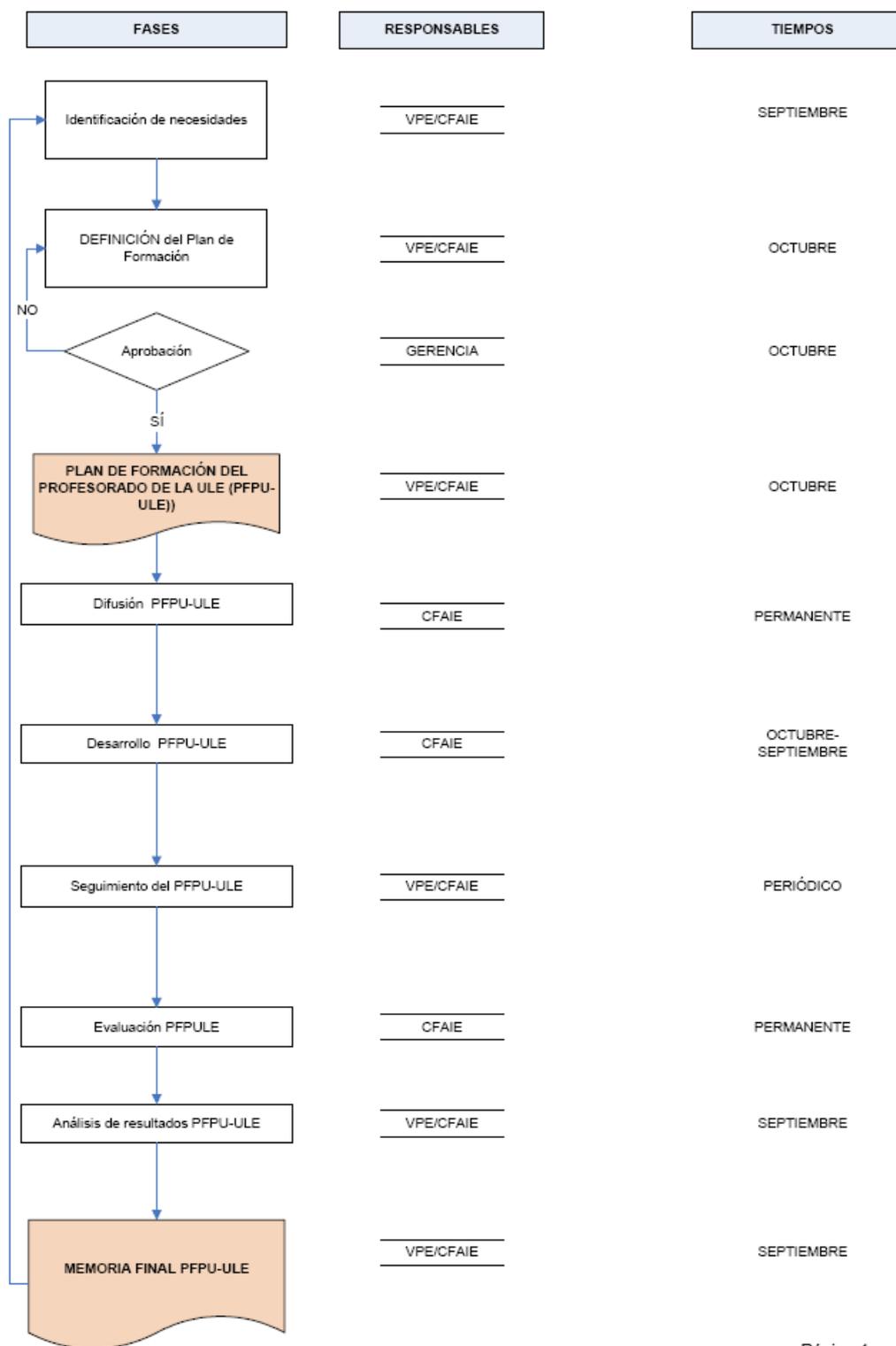
- Facilitar al profesorado el acceso a una formación permanente.

- Dar respuesta a las nuevas necesidades de formación del profesorado que van surgiendo dentro del proceso de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior.
- Consolidar la adaptación al nuevo modelo de crédito (sistema europeo de transferencia de créditos ECTS) y a la implantación de los métodos de enseñanza aprendizaje, de acuerdo con los documentos que regulan el Espacio Europeo de Educación Superior.
- Continuar orientando al profesorado en la preparación, desarrollo y mejora de su actividad profesional dentro del marco de la Convergencia Europea.
- Orientar en el cambio en los métodos, programas y evaluación que faciliten el desarrollo del nuevo concepto de aprendizaje autónomo y guiado del estudiante así como la formación en competencias.

El Plan de Formación está dirigido a todo el profesorado de la Universidad de León. Los responsables del Plan de Formación del Profesorado de la Universidad de León son el Área de la Escuela de Formación del Profesorado del VCA junto con el Centro de Formación Avanzada e Innovación Educativa (CFAIE).

Las actividades de formación son de tres tipos: cursos, talleres y seminarios.

## Proceso de desarrollo del Plan Formación del Profesorado de la ULE



### 9.3. Procedimientos para garantizar las prácticas externas y los programas de movilidad.

#### 9.3.1 Prácticas externas

De acuerdo con el *Reglamento por el que se regulan las Prácticas en Empresas de*

*los estudiantes de la Universidad de León* (Acuerdo de Junta de Gobierno 11 de enero de 2002).

Las prácticas formativas externas son actividades realizadas por los estudiantes de la Universidad de León en empresas, instituciones y entidades, esto es, en centro fuera de las dependencias universitarias, que tienen como objetivo completar la formación universitaria del estudiante, acercar a este a las realidades del ámbito profesional donde ejercerá su actividad una vez se haya graduado.

Son *obligaciones* del estudiante en Prácticas:

1. Incorporarse a la empresa u organismo con el que se establezca el correspondiente convenio en la fecha establecida.
2. Realizar con diligencia y aprovechamiento la actividad en que consistan las prácticas de acuerdo con el Proyecto Formativo elaborado y con las condiciones convenidas.
3. Guardar sigilo profesional sobre toda aquella información que pueda llegar a conocer en relación con el proceso productivo, sistemas técnicos empleados en la empresa o sobre cualquier aspecto económico o comercial relacionado con la empresa u organismo.
4. Informar a la Universidad de cuantas incidencias puedan producirse y que afecten al normal desarrollo de la actividad profesional o académica.

En cada Centro Docente se constituirá, a propuesta de su Junta, una *Comisión de Practicas en Empresa*, presidida por el Decano/Director de Centro o persona en quien delegue, que se encargará de promover y supervisar académicamente dichas prácticas, a fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos formativos propios de las mismas.

*Funciones:*

1. Supervisar las prácticas a fin de garantizar su calidad formativa y adecuación de los objetivos que con dichas prácticas se persiguen.
2. Dar publicidad a los programas de prácticas y/o solicitud de alumnos que empresas o entidades interesadas y dispuestas a colaborar puedan plantear.
3. Establecer los criterios particulares para la selección de los alumnos que realizarán prácticas en aquellos casos en que proceda, en cualquier caso los criterios de selección aplicables se fundamentarán en criterios académicos y curriculares que garanticen la idoneidad del alumno. La constitución de dichas comisiones se atenderán a lo dispuesto en el Estatuto de la ULE en materia de composición de Comisiones Delegadas.
4. Designar al tutor o tutores académicos.

5. Decidir e informar al alumno antes de realizar las prácticas del posible valor académico de las mismas en función del/los Plan/es de Estudios vigentes en cada Centro.
6. Decidir la finalización o suspensión anticipada de las prácticas de un alumno cuando existan causas que lo aconsejen.
7. Informar al Vicerrectorado de Estudiantes de todas las incidencias que se deriven de sus actuaciones a fin de coordinar la política global de Prácticas en Empresa de la ULE y evitar interferencias que pudiesen producirse entre los distintos centros.

La Comisión de cada centro propondrá a la empresa, institución o entidad los posibles candidatos entre los estudiantes inscritos en el registro para realizar las prácticas.

Serán criterios de selección el expediente académico, el historial científico-técnico del candidato y su relación con la actividad a realizar.

La relación de los alumnos seleccionados se hará pública en el tablón de anuncios del centro correspondiente.

Respecto a la tutoría de los estudiantes durante las prácticas:

La empresa o entidad en que vayan a realizarse las prácticas nombrará, al menos, un tutor dentro del personal de su plantilla que se encargará de la acogida y seguimiento del alumno dentro de la empresa.

Por parte de la Universidad se nombrarán uno o dos tutores académicos que en coordinación con el tutor de la empresa o entidad se encargarán de la acogida y seguimiento de los alumnos para verificar su aprovechamiento.

La Comisión de Relaciones Universidad-Empresa de la Universidad de León desarrollará funciones consultivas y definirá y orientará la política general sobre prácticas en Empresa a realizar por alumnos de la Universidad de León, servirá de apoyo a las Comisiones de Prácticas en Empresa de cada Centro y se reunirá al menos una vez al año y aprobará la Memoria anual de prácticas de la Universidad de León.

La Comisión de Relaciones Universidad-Empresa Art. 4º R.D. 1497/81 de la Universidad de León estará constituida por:

- Vicerrector de estudiantes (presidente)
- Director Secretariado de Prácticas en Empresas (vicepresidente)
- Un Tutor Académico en representación de cada Centro

A fin de flexibilizar y agilizar la resolución de cuestiones puntuales que surjan en el desarrollo de programas que impliquen a más de un Centro se constituirán comisiones de trabajo delegadas de la Comisión de Relaciones Universidad-Empresa. Dichas comisiones las integrarán:

- Vicerrector de Estudiantes

- Director Secretariado de Prácticas en Empresas
- Un Tutor Académico en representación del centro o centros afectados

Además, está establecida, a nivel institucional, la coordinación de mecanismos de recogida y análisis de información, encaminadas a ofrecer información útil para la toma de decisiones, también, en este ámbito. Estas acciones se detallan en los apartados 9.2.5. Proceso de análisis y utilización de a información, 9.5.1. Análisis de la satisfacción de los grupos de interés de la ULE y 9.5.2. Sistemas de Información y difusión de los resultados.

### 9.3.2 Programas de movilidad

En la Universidad de León existe una Oficina de Relaciones Internacionales y Movilidad (con responsabilidad en: los procesos de firma de convenios bilaterales, la difusión a través de distintos medios; la selección de solicitantes en base a méritos académicos y lingüísticos en su caso, el asesoramiento durante el proceso de admisión en la institución de destino y en el de gestión académica interna, el seguimiento durante su estancia; el proceso de reconocimiento académico; la gestión económica; el análisis de oferta y demanda por Centros y evaluación de la satisfacción del estudiante mediante encuestas y/o entrevistas personales.

#### NORMATIVA:

- Norma de Régimen interno denominada *“normativa de reconocimiento de estudios para los estudiantes de la universidad de león, acogidos a programas de intercambio”* aprobada en Consejo de Gobierno de 20 de diciembre de 2004. Dicha norma regula el proceso y determina la responsabilidad de los agentes en el seno de los Centros: el Coordinador de Centro para Programas de Movilidad y los Responsables de Intercambio. Ambos son nombrados por el Vicerrector de Relaciones Internacionales a propuesta del Decano/Director y por el tiempo de legislatura de éste último.

#### FUNCIONES DEL COORDINADOR DE CENTRO PARA PROGRAMAS DE MOVILIDAD (CCPM)

##### A. Tareas generales:

- o Servir de nexo de información específica para intercambios entre el Centro y el Vicerrectorado que le nombró.
- o Responsabilizarse del buen funcionamiento de las actividades de movilidad del Centro.
- o Coordinación de la gestión académica de los estudiantes en movilidad.
- o Coordinación de las tareas de los Responsables de Intercambio.
- o Difusión de la información en el Centro.
- o Promoción de nuevos intercambios y proyectos.
- o Participación en sesiones de coordinación, visitas de supervisión, visitas de preparación de nuevos intercambios, etc.

- Atender visitas de coordinadores de universidades asociadas.
- Todas aquellas relacionadas con los intercambio y no asignadas de modo específico a los Responsables de Intercambio.

*B. Tareas relacionadas con la atención a estudiantes de intercambio. Estudiantes ULE participantes en programas de movilidad:*

- Difusión de la convocatoria de movilidad.
- Delimitación de requisitos de participación en relación con cada destino.
- Participación en la Comisión de Centro para Programas de Movilidad y en el proceso de selección.
- Asesoramiento académico continuo y firma de los Compromisos Previos de Reconocimiento Académico.
- Firma de actas y transcripción de notas de estudiantes en movilidad.
- Resolución de conflictos de reconocimiento.
- En general todas aquellas directamente relacionadas con el proceso de movilidad.

*C. Estudiantes externos en la ULE*

- Firma de los “Contratos de Estudios” (“learning agreements”).
- Acogida institucional de estudiantes externos en el Centro.
- Asesoría académica previa a la matrícula y continuada durante la estancia.
- Mediación ante conflictos entre los estudiantes externos y el personal docente y administrativo de su Centro.

**FUNCIONES DE LOS RESPONSABLES DE INTERCAMBIO:**

Son nombrados por el Vicerrectorado de Relaciones Internacionales a propuesta del Decanato/Dirección (hasta un número máximo de siete por Centro).

Tendrán dedicación sobre áreas de influencia delimitadas y nunca superpuestas (áreas geográficas o instituciones de destino determinadas), y realizarán labores de asesoramiento e información acerca de los destinos de su responsabilidad en coordinación directa y por delegación del Coordinador de Centro, debiendo en particular recabar información de la universidad de acogida sobre:

- Calendario académico
- Información académica: planes de estudios, programas de asignaturas, créditos e información sobre los mismos.

De acuerdo con lo especificado anteriormente, el proceso de revisión y mejora de los resultados se desarrolla a través de los agentes mencionados, si bien, se elevarán las decisiones

a los órganos de decisión de centro e institucionales determinados en los apartados: 9.2.5. Proceso de análisis y utilización de la información y 9.5.2. Sistemas de información y difusión de resultados.

Un *Procedimiento de Gestión de Calificaciones*, por Acuerdo de Consejo de Gobierno de 20/12/2004 y que regula la gestión académica de calificaciones para los participantes en programas de movilidad. Este procedimiento consiste en realizar un acta independiente para cada estudiante de movilidad nacional o internacional donde se gestiona su expediente con las calificaciones transcritas por el coordinador de movilidad de forma separada del resto de los estudiantes con el fin de no bloquear las actas generales:

- Una *Guía del Becario* a programas de movilidad.
- La *convocatoria anual* de cada programa de movilidad y su normativa de desarrollo.

#### 9.4. Procedimientos de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida

Esta acción corresponde a la línea 3 de la OEC del VCA.

En esta línea cabe destacar los procedimientos desarrollados para el análisis de la inserción o promoción laboral de los titulados y de la satisfacción con la formación recibida. Desde la OEC, se han coordinado todas las acciones encaminadas a ofrecer información útil para la toma de decisiones en este ámbito.

<b>TÍTULO</b>	Análisis de la Inserción Laboral y de la Satisfacción con la Formación recibida, de los graduados de la Universidad de León
<b>CÓDIGO</b>	MP2008P_2.2
<b>VERSIÓN</b>	Marzo 2009
<b>ELABORACIÓN</b>	OEC
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, sobre la organización de la enseñanza establece de forma clara la necesidad de incorporar el uso de sistemas de información para la toma de decisiones. Entre ellos se encuentra el análisis del empleo, las competencias profesionales necesarias en el mundo laboral y la situación de los graduados de nuestras instituciones.</p> <p>Objetivos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Obtener información de los graduados universitarios sobre sus experiencias personales antes, durante, y después de finalizar sus estudios.</li> <li>2. Analizar la relación existente entre las exigencias del mercado laboral y la formación de los universitarios, es decir, entre lo que el sistema universitario ofrece y lo que la sociedad demanda</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Proporcionar información relevante a las instituciones universitarias sobre las necesidades de los estudiantes y graduados.</li> <li>4. Conocer la satisfacción de los egresados con la formación recibida.</li> <li>5. Establecer acciones de mejora que permitan orientar los estudios para facilitar la inserción laboral de los egresados.</li> <li>6. Proporcionar información relevante a los responsables del mercado laboral.</li> <li>7. Analizar los cambios recientes en el empleo y la transición laboral de los titulados superiores, así como los nuevos retos que se les presentan a los graduados y al sistema universitario en el nuevo marco del EEES.</li> </ol>
<b>ALCANCE</b>	Todos los egresados de la Universidad de León. Es importante tener en cuenta los diversos ámbitos en los que ejercen los egresados, no solamente del mercado laboral local, regional o estatal, sino también de ámbito internacional para ofrecer una adecuación de los estudios a una demanda real del mercado laboral en una sociedad cada vez más globalizada.
<b>RESPONSABLES</b>	<p><b>Responsables de elaboración y desarrollo del estudio:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• OEC con el apoyo del Servicio de Informática y Comunicaciones</li> </ul> <p><b>Responsable del seguimiento de cada una de las fases del proceso:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• OEC</li> </ul> <p><b>Responsable de aprobación del informe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consejo de Gobierno</li> </ul> <p><b>Responsables sobre la toma de decisiones sobre los resultados y nivel y tipo de difusión:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comisiones de Calidad (Centro, Institucional)</li> <li>• Consejo de Dirección de la ULE</li> </ul> <p><b>Responsable de realizar la difusión:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina de Evaluación y Calidad</li> </ul>
<b>GRUPOS INTERÉS DE</b>	<p>Estudiantes, PDI y PAS: a través de sus representantes en las distintas Comisiones de Calidad, Junta de Centro, Consejo de Departamento y Consejo de Gobierno, presentado reclamaciones/sugerencias,...</p> <p>Equipo Decanal/Directivo u Órgano responsable de la enseñanza: a través de las comisiones de las que forma parte, de su participación en el Consejo de Gobierno y mediante sus propias reuniones y comunicaciones.</p>

	<p>Egresados: Participando en las encuestas de satisfacción.</p> <p>Empleadores y sociedad en general: a través de los órganos universitarios en los que están representados, analizando la información que reciben y reaccionando ante la misma.</p>
<b>TIEMPOS</b>	Se establecerán en base a la aplicación del Plan de Encuestación a Graduados de la Universidad de León que consta de tres fases las cuales se desarrollarán anualmente.
<b>DESARROLLO</b>	<p>Consta de:</p> <p><b>1. Elaboración del estudio</b></p> <p><b>METODOLOGÍA:</b></p> <p>La metodología utilizada en el plan de encuestación a graduados será un cuestionario dirigido a los graduados de la ULE.</p> <p>La cumplimentación de la encuesta, se realizará mediante una entrevista personal telefónica utilizando una aplicación informática diseñada, desarrollada e implementada desde la Oficina de Evaluación y Calidad mediante un procedimiento CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing: Encuesta Telefónica Asistida por Computador) con tratamiento de la información on-line.</p> <p>Dicha metodología implica la realización de un estudio a través de la selección de una muestra tomada a partir de la población de egresados de la Universidad de León que finalizaron los estudios tres años antes con respecto al año de realización del estudio.</p> <p>Los objetivos anteriormente señalados serán recogidos con el procedimiento CATI mediante un cuestionario estructurado en diferentes apartados, con cuestiones que den respuesta a los diferentes aspectos planteados.</p> <p>El proceso incluye la invitación para la colaboración y participación de los egresados, garantizando, en todo momento del proceso, la confidencialidad de la información.</p> <p><b>SISTEMA DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN:</b></p> <p>Desde la Oficina de Evaluación y Calidad y a través de la base de datos facilitada desde el Servicio de Informática y Comunicaciones (SIC) de la Universidad de León, cada año se identificará la muestra de los graduados de cada una de las titulaciones tres años después de la finalización de sus estudios (año fin de estudios + 3).</p> <p>Entre los meses de abril y junio de cada año se realizará la aplicación del estudio a través del CATI. Con el fin de obtener un número mayor de encuestas cumplimentadas, se utilizará un sistema de refuerzo.</p> <p>El estudio se realizará sistemáticamente. Cada fase comenzará en el mes de enero del año correspondiente y finalizará en el mes de diciembre.</p> <p>Se establecerán los tiempos correspondientes de aplicación, tratamiento de la información, elaboración del informe de resultados y posterior</p>

publicación.

FASES:

1. Edición del cuestionario y preparación CATI: enero-marzo
2. Aplicación CATI: abril - junio
3. Resultados: julio - octubre
4. Borrador del informe de resultados: noviembre
5. Informe definitivo de resultados: diciembre
6. Difusión y publicación de resultados: diciembre
7. Evaluación del proceso: diciembre

## **2. Análisis de resultados y Rendición de cuentas**

De acuerdo con el proceso MP2008P\_5: Análisis y utilización de la información (Ver apartado 9.2.5.)

La Oficina de Evaluación y Calidad una vez finalizada la elaboración del Informe del Plan de Encuestación a Graduados de la Universidad de León (PEGULE), remite un borrador a la Comisión de Calidad de la Universidad para su análisis y posterior aprobación por el Consejo de Dirección.

Una vez aprobado el Borrador del Informe, la Comisión de Calidad propone, en colaboración con la Oficina de Evaluación y Calidad, cómo publicar la información y a quién va dirigida.

Tanto el Borrador como la definición de los niveles (Centros, Departamentos, Junta de Estudiantes, Consejo Social, sociedad, etc.) y de los mecanismos de difusión del mismo, serán enviados al Consejo de Gobierno para su aprobación definitiva.

El responsable de realizar la difusión es la Oficina de Evaluación y Calidad.

De forma paralela, la Comisión de Calidad de la Universidad con el apoyo de la Oficina de Evaluación y Calidad y en base a los resultados obtenidos, establecerá acciones correctoras en aquellos aspectos en los que se hayan encontrado desviaciones, indicando: prioridad, plazos, responsables e indicadores.

Estas acciones serán aprobadas por el Consejo de Dirección de la Universidad y se informará al Consejo de Gobierno y a los implicados en las mismas.

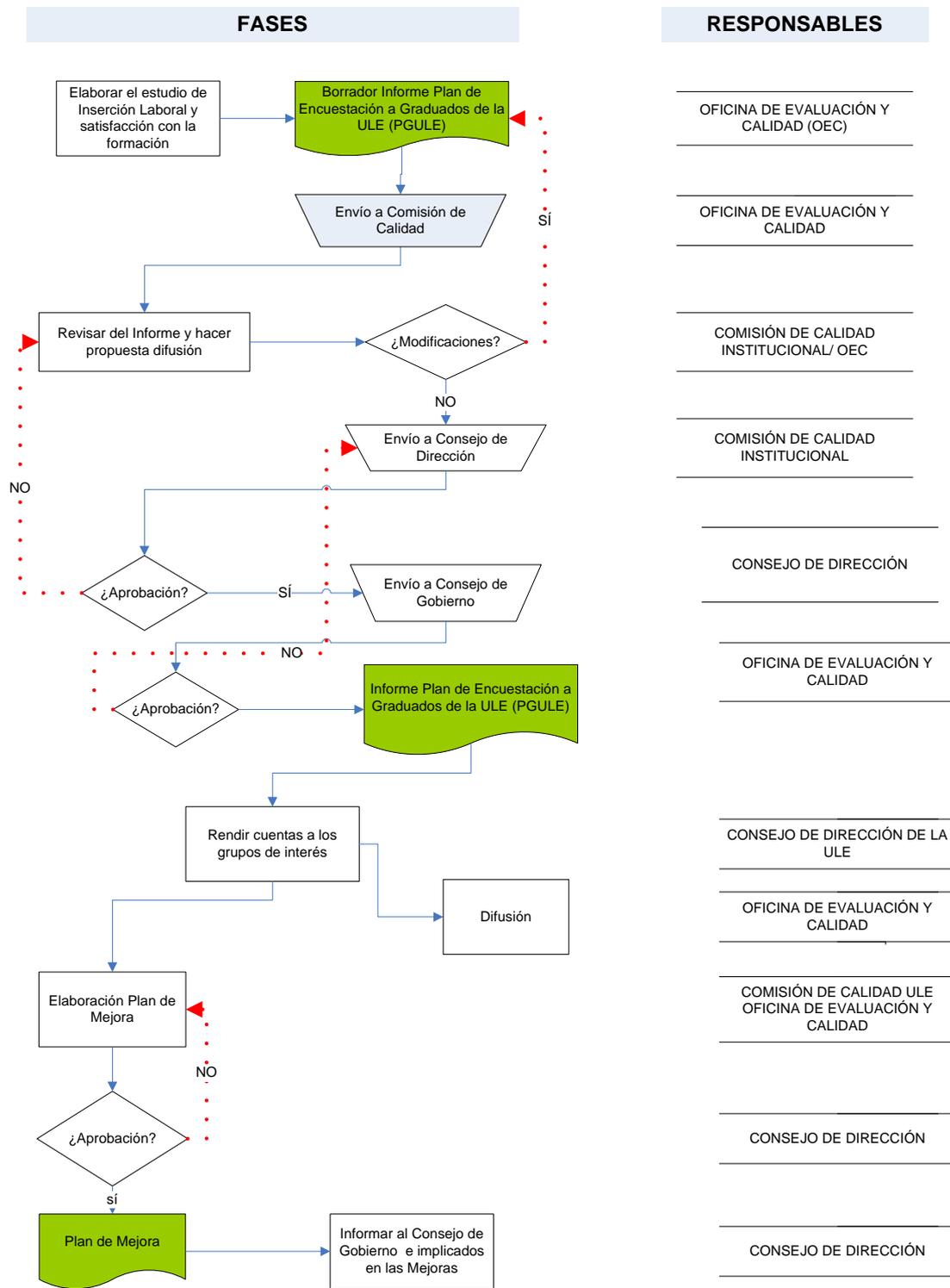
A NIVEL DE CENTRO:

El Órgano responsable de la enseñanza analiza la información del Informe sobre la inserción laboral y la satisfacción con la información recibida que afecta al Título, comprobando que sea suficiente.

En el caso de que la información recibida tuviera ausencias notables, los responsables de la enseñanza se lo notificarían a la OEC para su subsanación en el momento o, en estudios futuros.

	<p>En el caso de que de los resultados del Informe de Inserción Laboral se desprenda información que indique que existe alguna disfunción en el desarrollo del plan de estudios se diseñarán las actuaciones pertinentes para subsanarlas. Dichas actuaciones deberán ser aprobadas por la Junta de Centro/Consejo de Departamento/ Instituto.</p> <p>Posteriormente, se hará público cualquier cambio establecido en relación con el título, de acuerdo con el proceso <b>MP2008P_6: Sistemas de Información y difusión</b> (apartado 9.5.2.)</p>
<b>DOCUMENTOS UTILIZADOS Y/O GENERADOS</b>	<p>Solicitud de información necesaria sobre la muestra</p> <p>Primer borrador del cuestionario</p> <p>Cuestionario definitivo</p> <p>Documento de resultados</p> <p>Borrador del informe de resultados</p> <p>Informe definitivo de resultados</p> <p>Actas de reunión de la Comisión de Calidad Institucional</p> <p>Actas de reunión de la Comisión de Coordinación Docente</p> <p>Informe de acciones de mejora institucionales</p> <p>Planes de mejora institucional</p>
<b>DIAGRAMA</b>	Sí
<b>NORMATIVA</b>	<p>Documentos aprobados en Consejo de Dirección sobre el Plan de Encuestación a los Graduados de la ULE.</p> <p>Estatuto de la Universidad de León.</p> <p>Reglamento de Régimen Interno del Centro/Departamento</p> <p>Normativas sobre aplicación de procesos de evaluación ULE.</p> <p>Ley de protección de datos.</p> <p>R.D. 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales ( BOE núm. 260, Martes, 30 de octubre de 2007).</p> <p>Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades (LOMLOU).</p>

## PROCESO ANÁLISIS DE LA INSERCIÓN LABORAL Y DE LA SATISFACCIÓN CON LA FORMACIÓN RECIBIDA



### 9.5. Procedimientos para el análisis y la satisfacción de los distintos colectivos implicados

Esta acción corresponde a la línea 3 de la OEC del VCA.

Para medir la satisfacción de los grupos de interés, los Centros de la Universidad se sirven de los cauces institucionales establecidos dentro de la Línea 3, Estudios Institucionales del Sistema de Garantía de Calidad de la Universidad de León desarrollada por la OEC y que tiene por objetivo coordinar y explotar el sistema de información de la universidad, orientado al apoyo a la toma de decisiones e informar de las actividades de la universidad a la comunidad universitaria, la administración pública y la sociedad.

El Área de Estudios Institucionales coordinará todas las acciones encaminadas a ofrecer información útil para la toma de decisiones, así como será responsable de la organización de toda la información estadística requerida tanto dentro como fuera de la institución.

Desde este Área se configura el Sistema de Información y Atención a sugerencias de la Universidad de León que consta de los siguientes estudios:

- Indicadores ULE
- Estadísticas demandadas
- Informes institucionales
- Estudio de Nuevo Ingreso
- Estudio de satisfacción estudiantes del Plan de Acción Tutorial
- Estudios de satisfacción de estudiantes sobre la Jornada de Acogida
- Estudio Egresados
- Estudio satisfacción estudiantes Tercer Ciclo
- Estudio satisfacción enseñanza no reglada
- Encuesta estudiantes satisfacción actividad docente
- Encuesta profesor sobre actividad docente
- Estudio satisfacción cursos formación del PAS
- Solicitud estudio a demanda.

Esta información es accesible y pública a través de la página Web de la Universidad de León.

También, el sistema del Plan de Acción Tutorial de la ULE permite recoger, a través de la metodología que desarrolla, aquellas sugerencias de los estudiantes en relación con la enseñanza.

Además, la OEC ha desarrollado el Proceso de Estudios a Demanda con el objetivo de ayudar a todas las unidades que soliciten su colaboración ofreciendo estudios de apoyo que aportarán información adicional y sistemática a los interesados y que podrán utilizar, si lo consideran oportuno, para elaborar informes pertinentes de evaluación.

Cabe señalar que todos los estudios definitivos, siempre aprobados por los interesados, son públicos y están a disposición de la institución.

### 9.5.1. Sistema de información y difusión de resultados

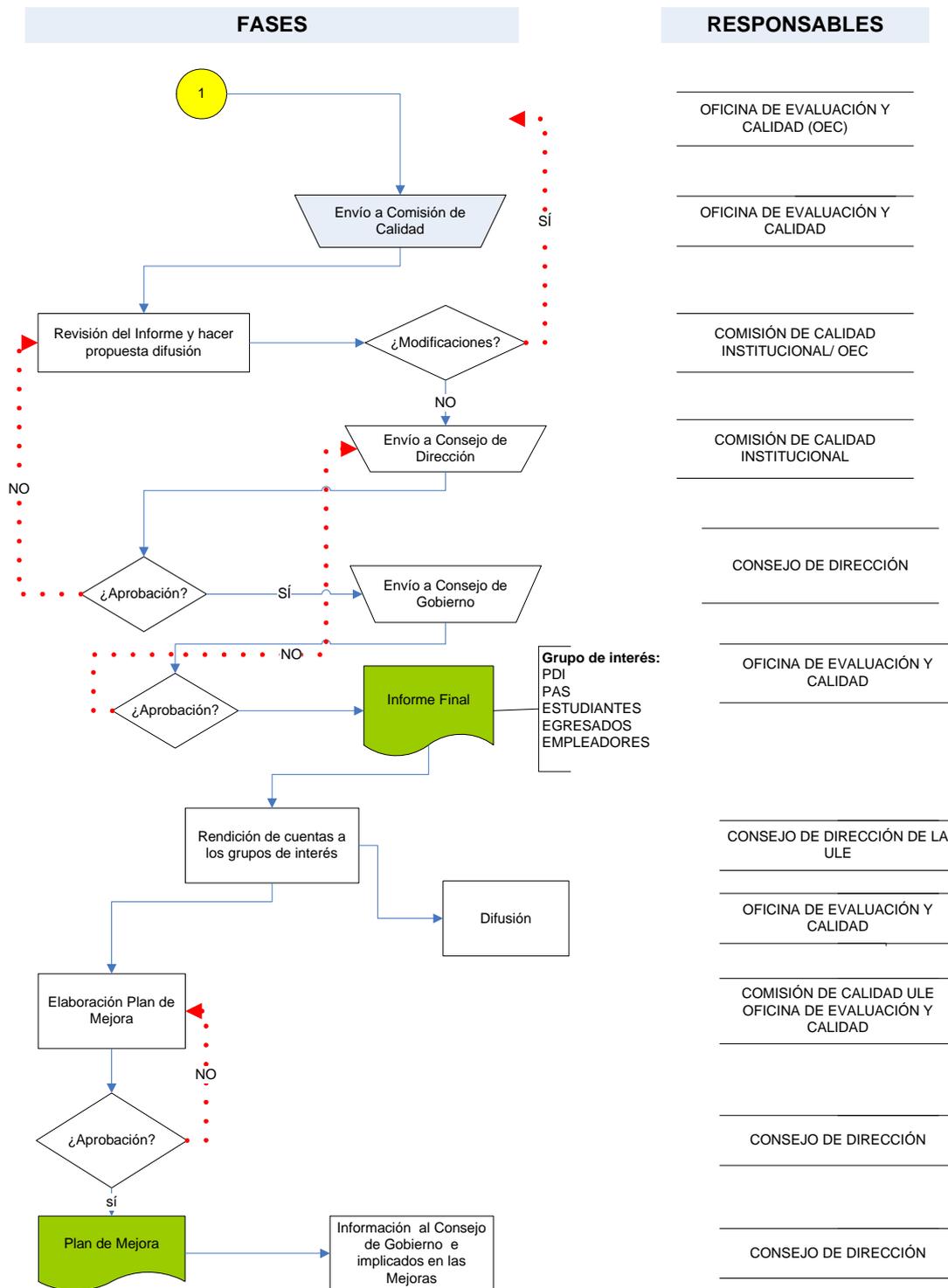
<b>TÍTULO</b>	Análisis de la satisfacción de todos los grupos de interés de la ULE
<b>CÓDIGO</b>	MP2008P_1.4.
<b>VERSIÓN</b>	Marzo 2009
<b>ELABORACIÓN</b>	OEC
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Definir y establecer como la Universidad de León garantiza la medición y el análisis de los resultados de satisfacción de los grupos de interés y la obtención de información sobre sus necesidades y expectativas para la toma de decisiones en la mejora de la calidad.
<b>ALCANCE</b>	Grupos de interés de la Universidad de León: estudiantes, PDI, PAS, egresados (Ver MP2008P_2.2.) y empleadores.
<b>RESPONSABLES</b>	<p><b>Responsables de elaboración y desarrollo del estudio:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• OEC con el apoyo del Servicio de Informática y Comunicaciones</li> </ul> <p><b>Responsable del seguimiento de cada una de las fases del proceso:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• OEC</li> </ul> <p><b>Responsables sobre la toma de decisiones sobre los resultados y nivel y tipo de difusión:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comisiones de Calidad (Centro, Institucional)</li> <li>• Consejo de Dirección de la ULE</li> </ul> <p><b>Responsable de realizar la difusión:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina de Evaluación y Calidad</li> </ul>
<b>GRUPOS DE INTERÉS</b>	<p>Estudiantes, PDI y PAS: a través de sus representantes en las distintas Comisiones de calidad, Junta de Centro y Consejo de Gobierno y participando en las encuestas.</p> <p>Equipo de Dirección/Decanal: a través de las comisiones de las que forma parte, Consejo de Gobierno y mediante sus propias reuniones y comunicaciones.</p> <p>Egresados, empleadores y administraciones públicas: a través de los órganos universitarios en los que están representados y participando en las encuestas de satisfacción.</p> <p>Sociedad en general: analizando la información que reciben y reaccionando ante la misma.</p>

<b>TIEMPOS</b>	<p>Bianual</p> <p>En el caso de los egresados Ver el subproceso MP2008P_2.2 (<i>apartado 9.4</i>)</p>
<b>DESARROLLO</b>	<p><b>1. Elaboración del estudio:</b></p> <p>METODOLOGÍA:</p> <p>La metodología utilizada para medir la satisfacción de los grupos de interés es un cuestionario dirigido a los mismos.</p> <p>Se utiliza un cuestionario de auto-cumplimentación para realizar vía Web, cuyo procedimiento general es el siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseño del cuestionario/s por la Oficina de Evaluación y Calidad, en función de los grupos de interés: PDI, PAS, estudiantes, egresados (Ver el subproceso MP2008P_2.2.) y empleadores.</li> <li>2. Aplicación del cuestionario y análisis de resultados.</li> <li>3. Elaboración del borrador del informe sobre los resultados del estudio.</li> </ol> <p><b>2. Análisis de resultados y Rendición de cuentas</b></p> <p>La Oficina de Evaluación y Calidad una vez finalizada la elaboración del Informe correspondiente, remite un borrador a la Comisión de Calidad de la Universidad para su análisis y posterior aprobación por el Consejo de Dirección.</p> <p>Una vez aprobado el Borrador del Informe, la Comisión de Calidad propone, en colaboración con la Oficina de Evaluación y Calidad, cómo publicar la información y a quien va dirigida.</p> <p>Tanto el Borrador como la definición de los niveles (Centros, Departamentos, Junta de Estudiantes, Consejo Social, Sociedad, etc.) y los mecanismos de difusión del mismo, serán enviados al Consejo de Gobierno para su aprobación definitiva.</p> <p>El responsable de realizar la difusión es la Oficina de Evaluación y Calidad.</p> <p>De forma paralela, la Comisión de Calidad de la Universidad, con el apoyo de la Oficina de Evaluación y Calidad en base a los resultados obtenidos, establecerá acciones correctoras en aquellos aspectos en que se hayan encontrado desviaciones, indicando: prioridad, plazos, responsables e indicadores.</p> <p>Estas acciones serán aprobadas por el Consejo de Dirección de la Universidad y se informará al Consejo de Gobierno y, a los implicados en las mismas.</p>
<b>DOCUMENTOS UTILIZADOS Y/O GENERADOS</b>	<p>Solicitud de información necesaria sobre la muestra.</p> <p>Primer borrador de cuestionario.</p> <p>Cuestionario definitivo.</p> <p>Documento de resultados.</p>

	<p>Borrador del informe de resultados.</p> <p>Informe definitivo de resultados.</p> <p>Actas de reunión de la Comisión de Calidad del Centro/Institucional.</p> <p>Informe de acciones de mejora Institucionales o de Centro.</p>
<b>DIAGRAMA</b>	<p>Diagrama de análisis de la satisfacción de los grupos de interés.</p> <p>Diagrama Proceso de Encuestación.</p>
<b>NORMATIVA</b>	<p>Documentos aprobados en Consejo de Dirección.</p> <p>Estatuto de la Universidad de León.</p> <p>Reglamento de Régimen Interno del Centro.</p> <p>Normativas sobre aplicación de procesos de evaluación ULE.</p> <p>Ley de protección de datos.</p> <p>R.D. 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales (BOE núm. 260, Martes, 30 de octubre de 2007).</p> <p>Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades (LOMLOU).</p>



## Análisis satisfacción grupos de interés (II)



### 9.5.2. Sistema de información y difusión de resultados

Esta acción corresponde a la línea 3 de la OEC del VCA

A través de la OEC se desarrolla el procedimiento sobre el Sistema de Información y Difusión de los resultados que consiste en el diseño, desarrollo, aplicación y difusión de diferentes herramientas de análisis con el fin de obtener información de interés que responda a las necesidades, ámbitos y objetivos de la institución en diferentes niveles de decisión así como poner dicha información a disposición de los diferentes grupos de interés.

<b>TÍTULO</b>	Sistemas de información y difusión de los resultados
<b>CÓDIGO</b>	MP2008P_6
<b>VERSIÓN</b>	Marzo 2009
<b>ELABORACIÓN</b>	OEC
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>Diseño, desarrollo, aplicación y difusión de diferentes herramientas de análisis con el fin de obtener información de interés que responda a las necesidades, ámbitos y objetivos de la institución en diferentes niveles de decisión, así como poner dicha información a disposición de los diferentes grupos de interés.</p> <p>Se desarrolla y ofrece información en diferentes ámbitos sobre el “antes”, “durante” y “después” del estudiante en el Universidad de León, así como de interés específico para el resto de los grupos de interés: PDI, PAS, empleadores, sociedad en general.</p> <p>Tipos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El sistema de información sobre informes públicos y datos por titulación.</li> </ol> <p>Esta información se desarrolla y actualiza desde la OEC en función de los estudios y procesos en los que se ven afectadas las titulaciones.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. El sistema de indicadores de la ULE (Cuadro de mando)</li> </ol> <p>Desarrollo de un sistema de indicadores permanente en la Universidad de León cuyo objetivo principal consiste en obtener información de apoyo y seguimiento a las unidades que desarrollan sistemas de evaluación y seguimiento. Se trata de facilitar datos para la toma de decisiones a niveles de titulación e institucional.</p> <p>Desde la Oficina de Evaluación y Calidad se desarrolla un sistema de información sistemático y actualizado a través de un conjunto de indicadores preestablecidos siguiendo como guía y definición de los mismos el Catálogo de Indicadores del Consejo de Coordinación Universitaria.</p> <p>La organización y desarrollo se ha realizado en tres fases: preparación, estructuración de la información y difusión. Haber llegado a este punto es el resultado del esfuerzo y de la decisión, por parte de la institución, para abordar este aspecto.</p> <p>Este trabajo de coordinación, simplificación, homogeneización y centralización de la información permite que las personas implicadas y la sociedad en general puedan acceder a una información de forma rápida y</p>

	eficaz.
<b>ALCANCE</b>	<p>Afecta a todas las titulaciones que se imparten en la ULE.</p> <p>Se utilizarán todos aquellos sistemas de información que faciliten datos relativos a resultados del aprendizaje, resultados de la inserción laboral y satisfacción de los distintos grupos de interés, así como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La oferta formativa.</li> <li>• Objetivos y planificación de las titulaciones.</li> <li>• Políticas de acceso y orientación de los estudiantes.</li> <li>• Metodologías de enseñanza, aprendizaje y evaluación (incluidas las prácticas externas).</li> <li>• Movilidad.</li> <li>• Alegaciones, reclamaciones y sugerencias.</li> <li>• Acceso, evaluación, promoción y reconocimiento del personal académico y de apoyo.</li> <li>• Los servicios y la utilización de los recursos materiales.</li> </ul> <p>Aspectos a tener en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Se realizará el control, revisión periódica y mejora continua de los resultados y de la fiabilidad de los datos utilizados.</li> <li>○ Se utilizarán para la toma de decisiones en función de los resultados.</li> <li>○ En el diseño de indicadores y/o estudios de satisfacción se establecerán grupos de trabajo con representación de todos los implicados con el fin de consensuar criterios.</li> <li>○ Se pondrán a disposición de todos los interesados a través de la difusión pública de resultados (en función del nivel).</li> </ul>
<b>RESPONSABLES</b>	<p><b>Responsables del desarrollo de sistemas de información y actualización:</b></p> <p>Diseño de herramientas para el sistema de información</p> <p>Aplicación y desarrollo</p> <p>Puesta en marcha</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• OEC con grupos de interés para determinar:</li> </ul> <p><b>Responsables del seguimiento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• OEC</li> <li>• Comisión/es de Calidad (centro, institucional)</li> </ul> <p><b>Responsables de la toma de decisiones tanto sobre el tipo de herramientas a utilizar como sobre los resultados, nivel y tipo de</b></p>

	<p><b>difusión:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comisiones de Calidad (centro, institucional)</li> <li>• Consejo de Dirección ULE</li> <li>• Equipo Decanal/Directivo u Órgano responsable de la enseñanza</li> </ul> <p><b>Ver MP2008P_5 Análisis y utilización de la información (Ver apartado 9.2.5.)</b></p>
<b>DESTINATARIOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Estudiantes, PDI y PAS:</i> a través de sus representantes en las Comisiones de Calidad de Centro e Institucional, Consejo de Gobierno, Junta de Centro/Departamento, así como presentando las reclamaciones, quejas y sugerencias que estimen oportunas</li> <li>• Equipo Decanal/Directivo u Órgano responsable de la enseñanza a través de los distintos órganos de representación y mediante sus reuniones internas y comunicaciones</li> <li>• <i>Egresados, empleadores, administraciones públicas y sociedad en general:</i> valorando la información recibida</li> </ul>
<b>TIEMPOS</b>	<p>Anual (en función del sistema de información).</p> <p>Se establecen tiempos en función del tipo de información a generar.</p>
<b>DESARROLLO</b>	<p><b>1. FASE DE DISEÑO Y VALIDACIÓN</b></p> <p>En función de la necesidad y de los objetivos perseguidos se diseñará la herramienta para obtener información: indicadores, encuesta de satisfacción, otros, así como en función del ámbito de aplicación.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Diseño del plan de trabajo.</li> <li>Selección y diseño de la herramienta para el sistema de información y manual de aplicación</li> <li>Validación</li> <li>Ajustes</li> <li>Aprobación de la herramienta de análisis definitiva para una aplicación experimental</li> </ol> <p><i>Tipos de sistemas de información:</i></p> <p>Resultados del aprendizaje. Sistema de indicadores que se utilizan para la revisión, seguimiento, y toma de decisiones (Cuadro de mando ULE):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero de estudiantes</li> <li>• Estudiantes de 1ª opción</li> <li>• Dedicación lectiva por estudiante</li> <li>• Tasas de éxito y rendimiento</li> <li>• Descripción de cohortes</li> <li>• Rendimiento en asignaturas</li> </ul>

- Tasas de abandono en primeros años por cohorte
- Tasa de graduación
- Tasa de eficiencia

*Resultados sobre la inserción laboral:*

- Estudios de inserción laboral
- Estudios de competencias

*Perfil de ingreso*

- Estudio de Nuevo Ingreso

*Satisfacción de los distintos grupos de interés*

- Estudio/s de satisfacción de los estudiantes (diferentes ámbitos: enseñanza, investigación, servicios)

*Movilidad*

Indicador “Movilidad de los estudiantes” (Permite conocer los estudiantes enviados y recibidos que participan en programas de movilidad nacionales e internacionales)

2. FASE DE APLICACIÓN EXPERIMENTAL

- a. Aplicación piloto de la herramienta de análisis
- b. Análisis de resultados de la prueba piloto
- c. Posibilidades de combinación con otras herramientas
- d. Informe final de la fase experimental
- e. Toma de decisiones y mejoras de la fase experimental

3. FASE DE APLICACIÓN DEFINITIVA

- a. Planificación para la aplicación definitiva de la herramienta de información
- b. Desarrollo del trabajo de campo
- c. Recogida de información

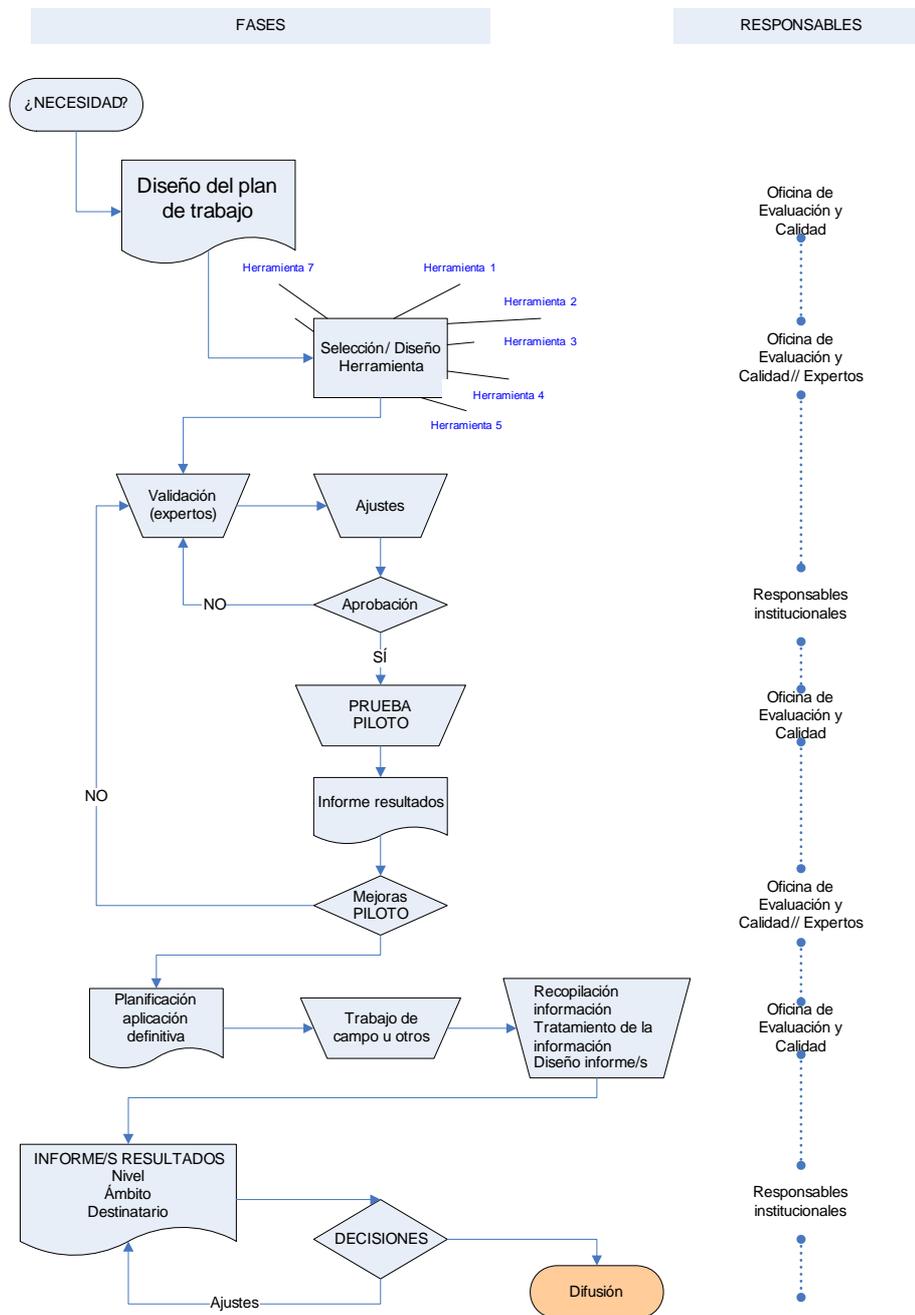
4. FASE DE RESULTADOS DE LA HERRAMIENTA DE INFORMACIÓN DEFINITIVA (Ver MP2008P\_5 Análisis y utilización de la información (Apartado 9.2.5.))

- a. Análisis del tratamiento de la información
- b. Diseño de informes de resultados
- c. Desarrollo de informes definitivos (niveles, ámbitos, destinatarios)
- d. Presentación de resultados (por ámbitos, por niveles de análisis y decisión, en función de los destinatarios y grupos de interés).
- e. Envío de la documentación a los diferentes grupos de interés / nivel de decisión (en función del tipo de datos).

	<ul style="list-style-type: none"> <li>f. Análisis de la información</li> <li>g. Toma de decisiones sobre: <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Nivel de difusión</li> <li>ii. Sistema de difusión</li> <li>iii. Ámbito de mejora, diseño de mejoras y puesta en marcha</li> </ul> </li> <li>h. Informe sobre toma de decisiones.</li> <li>i. Revisión metodológica de la información.</li> <li>j. Seguimiento, medición y mejora</li> <li>k. Rendición de cuentas</li> </ul>
<p><b>VALIDACIÓN DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN</b></p>	<p>La validación de las herramientas del sistema de información se realizará por medio de la opinión de expertos externos e implicados. Éstos últimos pertenecerán a los perfiles: PDI; PAS, estudiantes y responsables en la toma de decisiones (internos o externos a la institución). Para esta validación se utilizará como principal criterio el de utilidad del modelo para su situación específica en el contexto y momento determinado.</p> <p>Esta opinión de expertos e implicados se articulará en sesiones de 5 horas de trabajo por grupo, en el que se analizará la documentación enviada previamente de forma sistemática y organizada.</p> <p>Para el análisis de la validez y fiabilidad de los instrumentos de recogida de datos se utilizarán las técnicas habituales. De forma previa se realizará el análisis de la validez de contenido de dichos instrumentos. Posteriormente se utilizarán técnicas de reducción de datos, como el análisis factorial y, por último, de fiabilidad o consistencia interna de los instrumentos.</p> <p>No obstante, para el diseño de los informes finales se parte del supuesto de la conveniencia de ofrecer los datos de la forma más directa posible, con el menor número de transformaciones posibles de forma que permita a todos los usuarios de los lectores una fácil comprensión de los resultados y una visión detallada de los mismos.</p>
<p><b>DOCUMENTOS</b></p>	<p>Los documentos generados son del tipo:</p> <p>Informes de resultados (formato papel y Web)</p> <p>Estos informes se desarrollarán en distintos niveles en función del tipo de estudio (institucional, Centro, titulación, individual).</p> <p>Informes de seguimiento (formato papel)</p> <p>Informe de incidencias sobre el desarrollo y aplicación de un estudio para la obtención de información. Información confidencial de uso exclusivo para la Comisión de Calidad y Consejo de Dirección.</p> <p>Documento cuadro de mando ULE (Formato papel y Web)</p> <p>Sistema de indicadores de resultados de aprendizaje. La difusión se realizará en función de las decisiones de la Comisión/es de Calidad y</p>

	Consejo de Dirección.
<b>DIAGRAMA</b>	Sí
<b>NORMATIVA</b>	Estatuto de la Universidad de León Reglamento de Régimen Interno del Centro Normativas sobre aplicación de procesos de evaluación ULE Ley de protección de datos

# SISTEMAS DE INFORMACIÓN



## 9.6. Procedimientos de atención a las sugerencias/reclamaciones de los estudiantes

Los actualmente disponibles en el centro: secretarías de centro y órganos de gobiernos unipersonales y colegiados.

El sistema del Plan de Acción Tutorial de la ULE que permite recoger, a través de la metodología que desarrolla, aquellas sugerencias de los estudiantes en relación con la enseñanza.

<b>TÍTULO</b>	Atención a las quejas, reclamaciones y sugerencias
<b>CÓDIGO</b>	MP2008P_1.3.
<b>VERSIÓN</b>	Febrero 2009
<b>ELABORACIÓN</b>	OEC
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Establecer la sistemática a aplicar en la gestión y revisión de las incidencias, reclamaciones y sugerencias de la Universidad de León
<b>ALCANCE</b>	Será de aplicación tanto en la gestión como en la revisión del desarrollo de las incidencias, reclamaciones y sugerencias.
<b>RESPONSABLES</b>	<p><b>Responsable de definir y publicitar el canal de atención de las incidencias /reclamaciones /sugerencias.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Comisión de Calidad de la ULE /Vicerrectorado de Calidad y Acreditación.</li> </ul> <p><b>Responsable de recibir y canalizar las quejas, reclamaciones y sugerencias al servicio implicado.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vicerrectorado de Calidad y Acreditación.</li> </ul> <p><b>Responsable de establecer acciones para solucionar el problema detectado.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Responsable del servicio implicado.</li> </ul> <p><b>Responsable de seguimiento y evaluación de actuaciones.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vicerrectorado de Calidad y Acreditación, Comisión de Calidad de la ULE.</li> </ul>
<b>GRUPOS INTERÉS DE</b>	Estudiantes, PDI, PAS, egresados, empleadores y sociedad en general presentando las quejas, reclamaciones y sugerencias que consideren oportunas a través de los canales establecidos por la Universidad y por el Centro y reaccionando ante la solución facilitada si lo consideran oportuno.
<b>TIEMPOS</b>	Se establecerá en función de la queja, reclamación o sugerencia presentada.
<b>DESARROLLO</b>	<p><b>1. DEFINICIÓN Y PUBLICITACIÓN DEL CANAL DE ATENCIÓN DE LAS INCIDENCIAS /RECLAMACIONES /SUGERENCIAS.</b></p> <p>El VCA define y publicita el canal de atención de las incidencias</p>

/reclamaciones /sugerencias.

Es importante definir la procedencia y a quienes afectan las quejas, reclamaciones y sugerencias. Pueden venir generadas por:

- Estudiantes
- PAS
- PDI
- Egresados
- Empleadores
- Sociedad en general

**Estudiantes:** a través de distintos canales para realizar sugerencias, reclamaciones y quejas como:

- Evaluación de la Actividad Docente .- A través de esta vía hacen llegar al profesor sus sugerencias.
- Plan de Acción Tutorial. A través de:
  - a) *Reuniones presenciales* de:
    - Tutores con los estudiantes de primer y segundo curso
    - b) *Reuniones de coordinación* (Estas reuniones de coordinación tienen como finalidad transmitir *las acciones inmediatas* así como informar y establecer un sistema de seguimiento y toma de decisiones en el centro):
      - Tutores y coordinador del Centro.
      - Coordinadores del Centro con el responsable de centro
      - Coordinador del Centro con la Oficina de Evaluación y Calidad
      - Oficina de Evaluación y Calidad con el Vicerrector de Calidad y Acreditación y con otros responsables institucionales
- Reuniones con la *Dirección del Centro* en la que manifiestan sus sugerencias, quejas o reclamaciones bien de forma general o a título personal.
- Presentación de las sugerencias, quejas y reclamaciones en los distintos servicios con los que interacciona como Biblioteca, Servicio de Deportes, Crai-Tic,... en la mayoría de los servicios existen distintos canales para manifestarse. En caso de que no existan, siempre se pueden poner en contacto con el responsable

del servicio vía correo electrónico o mediante cita concertada para hacer llegar sus sugerencias, reclamaciones o quejas.

**PAS y PDI:** El personal de la ULE canaliza sus reclamaciones, quejas y sugerencias a través de las relaciones jerárquicas y pueden elevar sus instancias a su superior.

Todas las sugerencias, quejas o reclamaciones son gestionadas, evaluadas y respondidas por los órganos competentes, que en unos casos será la propia dirección del Centro, en otros los responsables del servicio concreto afectado y en otras los miembros del Equipo Rectoral en función de sus atribuciones.

**Egresados, empleadores y sociedad en general:** pueden presentar sus quejas y sugerencias, a través de los órganos en los que están representados, en los distintos servicios a través de los canales que tienen establecidos para tal fin o con el responsable del servicio, vía correo electrónico o mediante una cita concertada para hacer llegar sus sugerencias, reclamaciones o quejas.

Además, toda la comunidad universitaria dispone de los **Sistemas de encuestación** que forman parte de estudios mencionados en el apartado 9.5.1.: *Sistemas de información y difusión de los resultados*: cuestionario de la satisfacción del estudiante sobre la evaluación docente de la ULE; cuestionario para los estudiantes de nuevo ingreso; cuestionario de graduados; cuestionario de satisfacción de cursos de extensión universitaria; cuestionario de evaluación de los estudios de tercer ciclo; cuestionario de evaluación del plan de acción tutorial; cuestionario sobre las jornadas de acogida a los estudiantes.

## **2. GESTIÓN**

El Vicerrectorado de Calidad y Acreditación recibe y canaliza las quejas, sugerencias o reclamaciones teniendo en cuenta al servicio implicado en dicho proceso.

Una vez iniciado el proceso, con el envío de la instancia, el tratamiento de las quejas, sugerencias o reclamaciones también será distinto.

También es importante diferenciar los asuntos sobre los que se realizan, ya que en función de su naturaleza los canales para la gestión de las mismas son distintos.

Así pues:

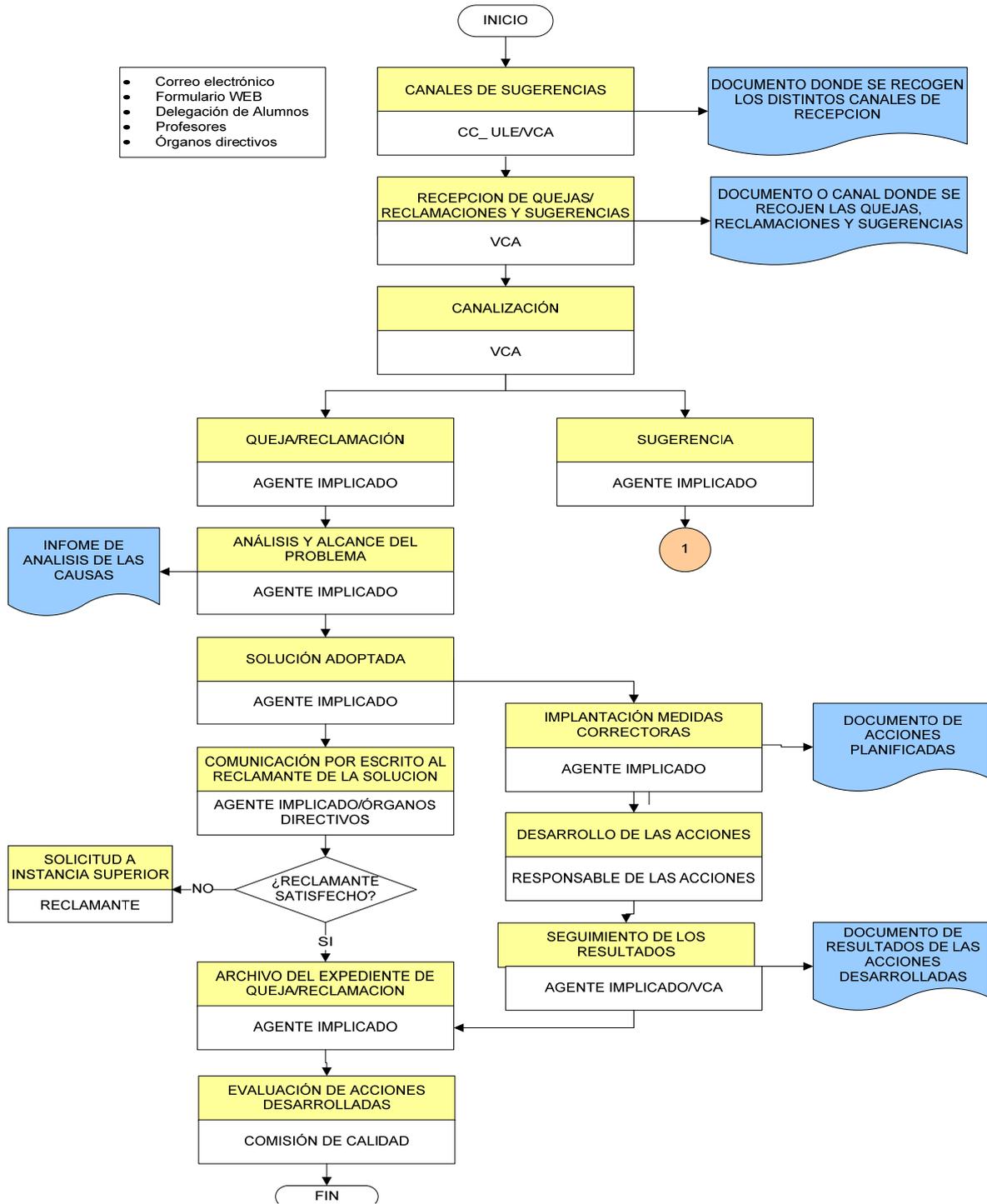
**Queja/ reclamación:** el responsable del servicio analizará y buscará una solución. La solución se enviará por escrito al reclamante, dejándole la posibilidad de acudir a instancias superiores si la solución no le satisface.

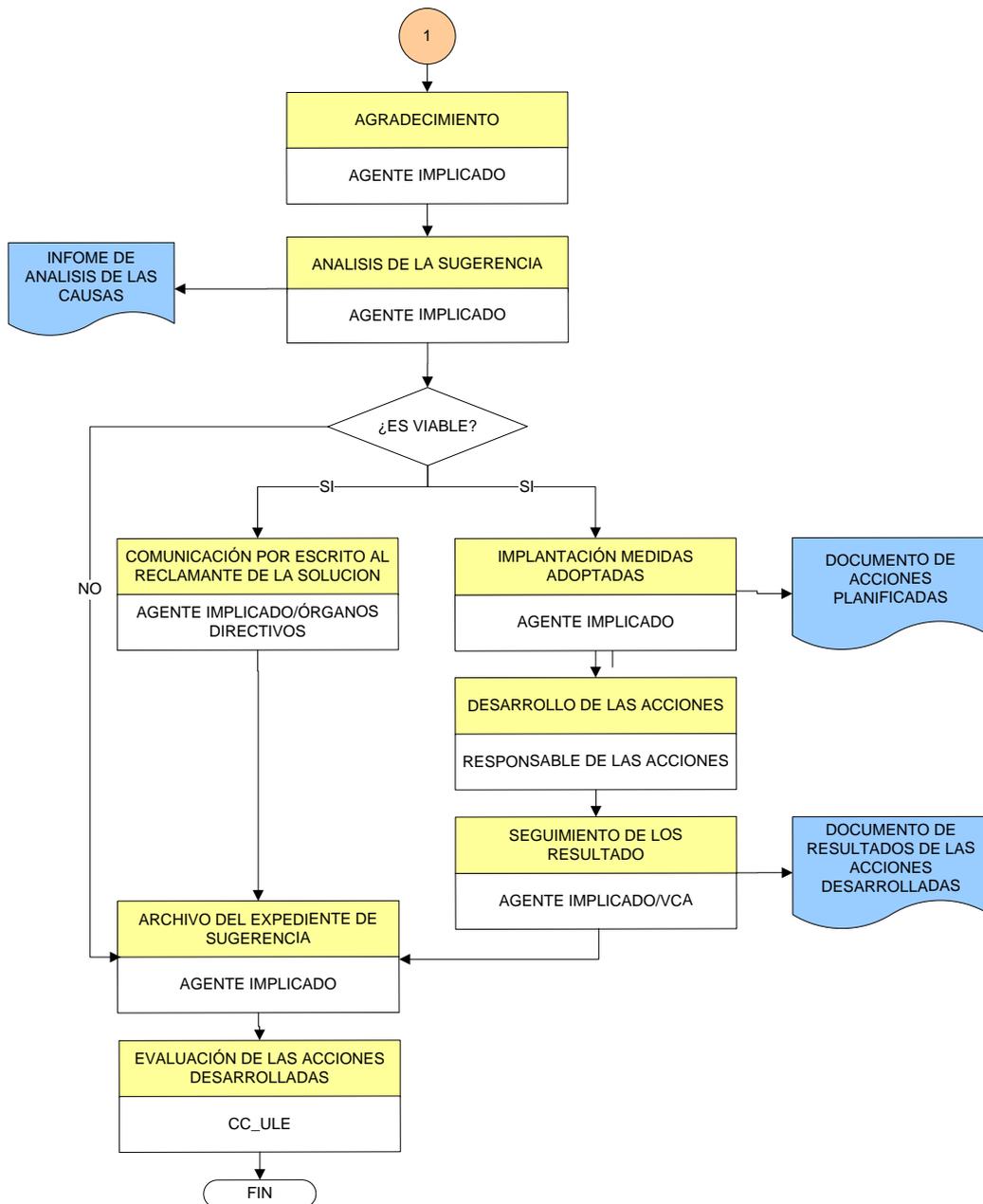
Paralelamente a la comunicación se desarrollarán las acciones pertinentes para la mejora y solución de la reclamación/queja.

	<p>Sugerencia: se analizará la sugerencia por el responsable del servicio implicado. Se le comunicará por escrito la solución adoptada a la persona que ha realizado la sugerencia.</p> <p>Paralelamente a la comunicación se desarrollarán las acciones conducentes a la mejora.</p> <p><b>3. SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN</b></p> <p>Anualmente, se revisará el desarrollo de las quejas, reclamaciones y sugerencias, planificando y evaluando cómo se han desarrollado las acciones pertinentes para la mejora, así como la consecución de las mismas.</p> <p>El Vicerrectorado de Calidad y Acreditación revisará el funcionamiento y resolución de las quejas, reclamaciones y sugerencias.</p> <p>Finalmente, la Comisión de Calidad de la ULE evaluará las acciones desarrolladas.</p> <p><b>A NIVEL DE CENTRO:</b></p> <p>En el Centro/Departamento/Instituto se establece, además de todo lo anteriormente citado, un sistema de comunicación permanente con todos los grupos de interés a través de la Guía Docente, donde figuran los accesos directos a los correos electrónicos del Equipo Decanal/Directivo/Órgano responsable de la enseñanza, del profesorado y de la Unidad Administrativa y de la página Web.</p> <p>Los estudiantes son informados de estas posibilidades en la Jornada de Acogida, de modo que puedan utilizar estas vías para realizar cualquier tipo de sugerencia a personas concretas.</p> <p>El Centro/Departamento/Instituto establecerá las acciones de mejora resultantes de las quejas, reclamaciones y sugerencias formuladas por los grupos de interés, relacionadas entre otros aspectos, con el desarrollo del plan de estudios, así como la consecución de las mismas.</p> <p>Dichas actuaciones deberán ser aprobadas por la Junta de Centro.</p>
<p><b>DOCUMENTOS UTILIZADOS Y/O GENERADOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hojas de quejas, reclamaciones y sugerencias o formulario WEB. Papel o registro informático.</li> <li>• Registro de quejas, reclamaciones y sugerencias. Papel o registro informático.</li> <li>• Informe de análisis.</li> <li>• Documento que recoja las mejoras a desarrollar.</li> <li>• Documento de evaluación de los resultados de la medidas</li> </ul>

	desarrolladas.
<b>DIAGRAMA</b>	Diagrama: <i>Gestión y revisión de quejas reclamaciones y sugerencias..</i>
<b>NORMATIVA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estatuto de la Universidad de León.</li> <li>• Reglamento de la Universidad de León.</li> <li>• Legislación vigente.</li> </ul>

## GESTIÓN Y REVISIÓN DE QUEJAS, RECLAMACIONES Y SUGERENCIAS





### 9.7. Criterios para la extinción del título

Los criterios específicos para la extinción de un título de la ULE serán los siguientes:

- Incumplimiento de la propuesta del Programa para el título.
- Falta de estudiantes.
- Proceso de acreditación del Programa con resultado negativo.
- Decisión fundamentada de los órganos competentes de la ULE y de la Comunidad Autónoma que corresponde.

En caso de producirse la extinción, se producirá gradualmente, curso a curso, y se garantizará el derecho del alumno a finalizar los estudios por él iniciados en condiciones de rendimiento académico. Por tanto, los alumnos matriculados antes de iniciar el proceso de extinción de la titulación podrán finalizar sus estudios en esta Universidad. Si los alumnos matriculados en una titulación en proceso de extinción suspenden alguna asignatura, podrán examinarse de ella en las cuatro convocatorias oficiales que por matrícula se reconoce legalmente.

<b>TÍTULO</b>	<b>Suspensión de un Título Oficial en la ULE, verificado e implantado conforme al R.D. 1393/2007</b>
<b>CÓDIGO</b>	MP2008P_1.
<b>VERSIÓN</b>	Marzo 2009
<b>ELABORACIÓN</b>	OEC; CDA
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>El artículo 28 del R.D.1393/2007 especifica que 3. <i>“Se considera extinguido un plan de estudios cuando no supere el proceso de acreditación previsto el Art. 27”</i>. Este artículo señala: <i>“En caso de informe negativo, se comunicará a la Universidad, Comunidad Autónoma, y al Consejo de Universidades”</i>.</p> <p>El Art. 28 también señala que se procederá a la suspensión de un título cuando se realicen modificaciones en su plan de estudios que supongan un cambio en la naturaleza y objetivos del título inscrito en RUCT. De estas modificaciones será informado el Consejo de Universidades que las enviará a la ANECA para su valoración.</p> <p>Los Órganos competentes de la Universidad o la Comunidad Autónoma pueden decidir de forma fundamentada la suspensión de un título.</p> <p>Los centros, departamentos e institutos de la ULE como resultado del seguimiento de un título y en función de los resultados, pueden detectar situaciones desfavorables en el plan de estudios que le lleven a proponer a los Órganos Superiores de la Universidad de León, la suspensión del plan de estudios conducente a un título Oficial.</p> <p>Se considerará una situación desfavorable cuando se cumpla uno o varios de los <b>critérios establecidos en la Universidad de León para la suspensión de un título</b>. Estos son:</p>

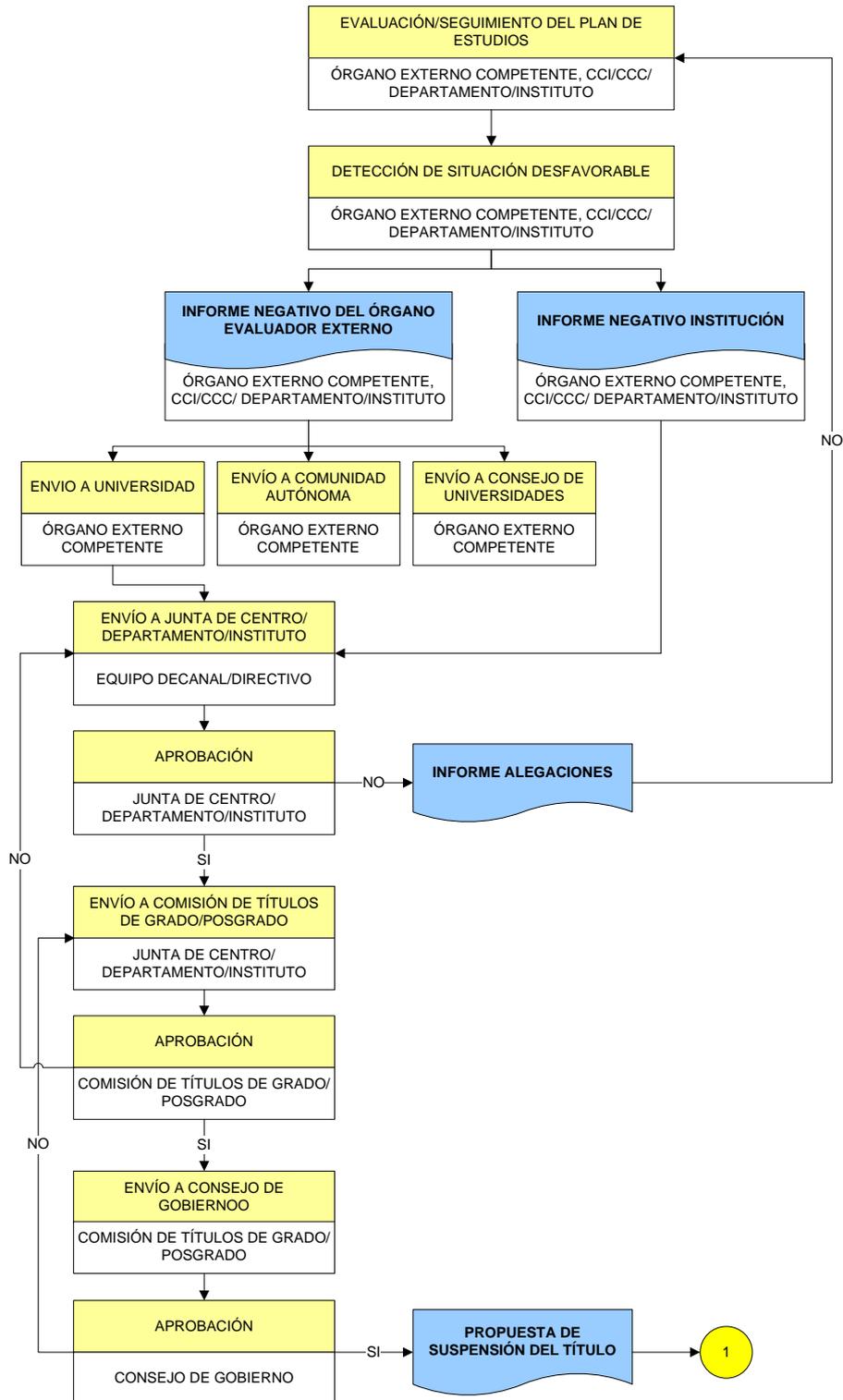
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incumplimiento de la propuesta del Programa para el título</li> <li>• Falta de estudiantes</li> <li>• Proceso de acreditación del Programa con resultado negativo</li> <li>• Decisión fundamentada de los órganos competentes de la ULE y de la Comunidad Autónoma que corresponde.</li> </ul> <p>En caso de producirse la suspensión de un título, la Universidad de León ha establecido las siguientes <b>medidas que garantizan que los alumnos matriculados antes de iniciar el proceso de suspensión de la titulación</b> puedan finalizar sus estudios en esta Universidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La suspensión del título se producirá gradualmente, curso a curso.</li> <li>• No se admitirán matrículas de nuevo ingreso en la titulación a extinguir.</li> <li>• Se garantizará el derecho del alumno a finalizar los estudios por él iniciados en condiciones de rendimiento académico, de acuerdo con lo establecido en el artículo 28.4 del Real Decreto 1393/2007.</li> <li>• Si los alumnos matriculados en una titulación en proceso de suspensión suspenden alguna asignatura, se garantiza que podrán examinarse de ella al menos en las cuatro convocatorias oficiales consecutivas que por matrícula se reconocen legalmente. En el caso de que un estudiante no supere las asignaturas de un curso a extinguir en las convocatorias establecidas, dispondrá de la posibilidad de incorporarse a un nuevo título de acuerdo con el sistema de transferencia y reconocimiento de créditos de dicho título.</li> </ul> <p>En consecuencia el objetivo de este procedimiento es detallar la secuencia de pasos establecidos en la Universidad de León para la suspensión de un título oficial, establecer los criterios para la suspensión del título y garantizar que los estudiantes matriculados en el plan de estudios a extinguir, dispongan de los mecanismos necesarios para un adecuado desarrollo de la enseñanza hasta su finalización.</p>
<b>ALCANCE</b>	Este procedimiento será de aplicación sobre todos los títulos de la Universidad de León.
<b>RESPONSABLES</b>	<p><b>Recogida y análisis de la información</b></p> <p>Universidad de León, en función de los criterios establecidos por los Órganos Externos competentes</p> <p>Comisión de Calidad de la Universidad</p> <p>Comisión de Calidad del Centro</p> <p><b>Puesta en marcha del proceso:</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Órgano externo competente</li> <li>• Universidad</li> <li>• Equipo Decanal/Directivo u Órgano responsable de la enseñanza</li> </ul> <p><b>Toma de decisiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo Decanal/Directivo u Órgano responsable de la enseñanza</li> <li>• Comisión/es de Calidad (Centro, Institucional)</li> <li>• Órganos de Gobierno de la ULE</li> </ul> <p><b>Información pública y rendición de cuentas a los grupos de interés:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo Decanal/Directivo u Órgano responsable de la enseñanza</li> <li>• Consejo de Dirección de la Universidad de León</li> </ul>
<b>GRUPOS INTERÉS DE</b>	<p>Todos los grupos de interés implicados en el título.</p> <p>Estudiantes, PDI y PAS, a través de sus representantes en la distintas comisiones de calidad (Centro, Institucional,..), Consejo de Gobierno, Junta de Centro/Consejo de Departamento/Instituto.</p> <p>Egresados y empleadores, a través de sus representantes en distintas comisiones, Consejo Social.</p> <p><b>Administraciones públicas</b>, analizando la información y tomando las decisiones dentro de su ámbito de competencia.</p> <p>Sociedad en general, analizando la información y reaccionando ante ella.</p>
<b>TIEMPOS</b>	Seis años de acuerdo con el R.D. 1393/2007
<b>DESARROLLO</b>	<p>Los diferentes pasos a seguir son:</p> <p><b>1. Evaluación/seguimiento del Plan de Estudios</b></p> <p>Los títulos están sometidos a un seguimiento anual que permite obtener información para asegurar que se cumplen unos mínimos de calidad en su planificación, implantación y desarrollo.</p> <p><b>2. Detección de una situación desfavorable en el desarrollo del Plan de Estudios</b></p> <p>Como consecuencia del análisis de la información anterior se puede detectar una situación desfavorable, enmarcada en uno de los criterios establecidos por la Universidad de León para la suspensión de un título oficial.</p> <p><b>3. Elaboración del Informe negativo información al Órgano competente</b></p> <p>Este informe puede ser elaborado por el organismo externo competente (ANECA, Agencia Autonómica) o cuando de forma razonada lo proponga el Consejo de Gobierno de la Universidad, el Centro o la Comunidad Autónoma.</p>

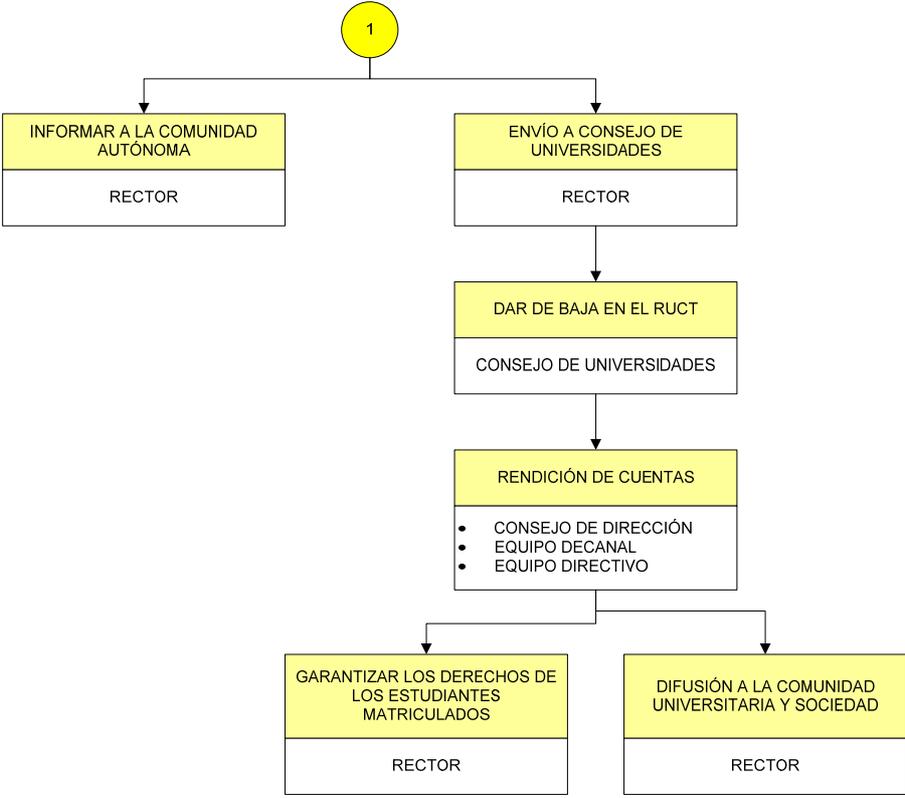
	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. <b>Aprobación de la suspensión del título en el órgano Competente (Junta de Centro)</b></li> <li>5. <b>Envío al Vicerrectorado de Ordenación Académica (Área de Títulos de Grado o Área de Títulos de Posgrado)</b></li> <li>6. <b>Revisión y aprobación por la Comisión de Títulos de Grado/ Posgrado</b></li> <li>7. <b>Informe y envío al Consejo de Gobierno</b></li> <li>8. <b>Aprobación del Consejo de Gobierno de la Universidad</b></li> <li>9. <b>Comunicación al Consejo de Universidades</b></li> <li>10. <b>Baja en el Registro de Universidades Centros y Títulos</b></li> <li>11. <b>Rendición de cuentas</b></li> </ol> <p>El Consejo de Dirección de la Universidad así como el Equipo Decanal/Directivo u Órgano responsable de la enseñanza, se encargará de realizar la difusión eficaz, a la comunidad universitaria y a la sociedad, de la suspensión del título. Además, en el Centro se establecerán las medidas necesarias para garantizar que los estudiantes matriculados en el mismo, dispongan de los mecanismos necesarios para un adecuado desarrollo de la enseñanza.</p>
<p><b>DOCUMENTOS UTILIZADOS Y/O GENERADOS</b></p>	<p>DOCUMENTOS UTILIZADOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informes de la Evaluación Actividad Docente: Encuesta estudiantes/ Encuesta a profesor</li> <li>• Informes de la Evaluación Institucional: titulación/ Universidad</li> <li>• Informes de la revisión resultados</li> <li>• Planes de mejora</li> <li>• Informes de satisfacción de la oferta formativa PDI</li> <li>• Documento Cuadro de mando de indicadores</li> <li>• Informes del Plan de Acción Tutorial: Informes profesor tutor/ informes coordinación centro/ Encuesta satisfacción estudiantes</li> <li>• Informes de la encuesta de satisfacción a estudiantes de Nuevo Ingreso</li> <li>• Informes de la encuesta de satisfacción a los egresados</li> <li>• Informes de la encuesta de satisfacción de los cursos extensión universitaria</li> <li>• Informe de la encuesta de satisfacción de las Jornadas de Acogida</li> <li>• Actas e informes de seguimiento de la coordinación de prácticas de centro</li> <li>• Partes incidencia/ reclamación/sugerencia de los estudiantes del Centro</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informes de la encuesta de satisfacción de la oferta formativa PAS</li> <li>• Informes de seguimiento / Manual de procesos PAS</li> <li>• Informes de estudio de competencias</li> </ul> <p>DOCUMENTOS GENERADOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informes negativos de acreditación</li> <li>• Informe de la Comisión de Calidad de centro sobre el título</li> <li>• Informe de la Comisión de Calidad de ULE</li> <li>• Actas de Junta de Centro/Consejo de Departamento/Instituto</li> <li>• Actas de Consejo de Gobierno</li> </ul>
<b>DIAGRAMA</b>	Sí
<b>NORMATIVA</b>	<p>Estatuto de la Universidad de León</p> <p>Normas Régimen Interno ULE</p> <p>Reglamento de Régimen Interno de los Centros</p> <p>REAL Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.</p> <p>Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades (LOMLOU)</p>

## Suspensión de un título oficial en la Universidad de León (R.D.1393/2007)



**Suspensión de un título oficial en la Universidad de León (R.D.1393/2007)**



## 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

### 10.1. Cronograma de implantación de la titulación

La implantación del título de Grado en Comercio Internacional, se realizará de forma progresiva cada curso académico.

En el curso académico 2010-2011 se comenzará la docencia correspondiente a los dos primeros semestres del nuevo Grado y se dejará de impartir el primer curso de la Diplomatura en Ciencias Empresariales.

En el curso 2011-2012, se iniciará la docencia de los dos semestres del segundo curso del nuevo Grado y se dejará de impartir el segundo curso de la Diplomatura en Ciencias Empresariales.

En el curso 2012-2013, se comenzará la docencia del tercer curso y se dejará de impartir el tercer curso de la Diplomatura en Ciencias Empresariales..

En el curso 2013-2014, se comenzará la docencia del cuarto curso.

Para los estudiantes que hubieran comenzado sus estudios conforme al plan de estudios de la Diplomatura en Ciencias Empresariales y no hubieran concluido en los plazos de finalización de la docencia según dicho plan, le serán de aplicación las disposiciones reguladoras por las que se hubieran iniciado sus estudios.

*Tabla 10.1. Cronograma de implantación*

Curso Académico	Curso			
2010-2011	1º			
2011-2012	1º	2º		
2012-2013	1º	2º	3º	
2013-2014	1º	2º	3º	4º

### 10.2. Procedimiento de adaptación de los estudiantes, en su caso, al nuevo plan de estudios

Para organizar la transición entre el Título que se extingue y el título de Grado propuesto se plantea una tabla de equivalencias de asignaturas.

**-Equivalencias establecidas entre el plan de estudios de Diplomado en Ciencias Empresariales (1997) y el Grado en Comercio Internacional**

Grado en COMERCIO INTERNACIONAL	ECTS	Diplomatura en Ciencias Empresariales (Plan 1997)	créditos LRU
1º curso, 1º semestre			
Macroeconomía	6		
Matemáticas Aplicadas a la Empresa	6	Matemáticas Aplicadas a la Empresa (1º-A)	9
Fundamentos de Administración de Empresas	6	Organización y Administración de Empresas (1º-A)	12
Contabilidad Financiera	6	Contabilidad Financiera (1º-A)	9
Inglés I	6	Idioma Empresarial (Inglés) (OP)	6
1º curso, 2º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Microeconomía	6		
Régimen Jurídico del Mercado	6	Derecho Mercantil (2º-2C)	6
Estadística I	6	Estadística Aplicada a la Empresa (1º-1C)	6
Gestión Financiera	6	Dirección Financiera (3º-A)	9
Informática Aplicada a la Empresa	6	Informática Aplicada a la Gestión de la Empresa (1º-1C)	
2º curso, 1º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Derecho de los Negocios Internacionales	6		
Teoría y Política del Comercio Internacional	6		
Marketing Internacional	6		
Normas internacionales de Contabilidad	6		
Inglés II	6	Idioma Empresarial Avanzado (Inglés) (OP)	6
2º curso, 2º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Dirección de Recursos Humanos	6		
Régimen Jurídico nacional e internacional de Derecho del Trabajo	6		
Dirección de ventas y gestión de precios	6	Administración de Ventas (OP)	6
Estadística II	6	Estadística aplicada a la empresa	6

		(ampliación) (2º-1C)	
Francés I	6	Idioma Empresarial (Francés) (OP)	6
3º curso, 1º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Investigación de mercados internacionales	6		
Inglés III	6		
Francés II	6	Idioma Empresarial Avanzado (Francés) (OP)	6
3º curso, 2º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Finanzas Internacionales I	6		
Análisis de Estados Financieros	6	Análisis de Estados Contables (OP)	6
Dirección Internacional de la Empresa	6		
Economía e integración europea	6		
Logística y gestión de canales de comercialización	6		
4º curso, 1º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Marketing Cross-Cultural	6		
Fiscalidad Internacional de la Empresa	6		
Gestión del Comercio Internacional y Electrónico	6	Técnicas de Comercio Exterior (OP)	6
Inglés IV	6		
4º curso, 2º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Francés III	6		

La transición entre los Títulos de Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (LADE) (1999) y de Licenciado en Economía (1999) y el título de Grado en Comercio Internacional propuesto se especifica en las tablas de equivalencias de asignaturas siguientes:

**-Equivalencias establecidas entre el plan de estudios de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas (LADE) (1999) y el Grado en Comercio Internacional**

Grado en COMERCIO INTERNACIONAL	ECTS	Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas	créditos LRU
1º curso, 1º semestre			
Macroeconomía	6	Macroeconomía	12
Matemáticas Aplicadas a la Empresa	6	Matemáticas Aplicadas a la Empresa	9
Fundamentos de Administración de Empresas	6	Economía de la Empresa	12
Contabilidad Financiera	6	Contabilidad Financiera y Analítica	12
Inglés I	6	Idioma I (Inglés) (OP)	6
1º curso, 2º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Microeconomía	6	Microeconomía	12
Régimen Jurídico del Mercado	6	Derecho Mercantil	6
Estadística I	6	Estadística Aplicada a la Empresa	6
Gestión Financiera	6	Dirección Financiera (3º-A)	9
Informática Aplicada a la Empresa	6	Informática de Gestión	6
2º curso, 1º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Derecho de los Negocios Internacionales	6		
Teoría y Política del Comercio Internacional	6		
Marketing Internacional	6	Marketing Internacional	6
Normas internacionales de Contabilidad	6		
Inglés II	6	Idioma II (Inglés) (OP)	6
2º curso, 2º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Dirección Internacional de Recursos Humanos	6		
Régimen Jurídico nacional e internacional de Derecho del Trabajo	6		
Dirección de ventas y gestión de precios	6	Administración de Ventas (OP)	6
Estadística II	6	Estadística aplicada a la empresa (ampliación)	6
Francés I	6	Idioma I (Francés) (OP)	6

3º curso, 1º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Investigación de mercados internacionales	6		
Inglés III	6		
Francés II	6	Idioma II (Francés) (OP)	6
3º curso, 2º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Finanzas Internacionales I	6	Mercados y Medios Financieros Internacionales (OP)	6
Análisis de Estados Financieros	6		
Dirección Internacional de la Empresa	6		
Economía e integración europea	6	Economía de las Comunidades Europeas	6
Logística y gestión de canales de comercialización	6		
4º curso, 1º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Marketing Cross-Cultural	6		
Fiscalidad Internacional de la Empresa	6		
Gestión del Comercio Internacional y Electrónico	6		
Inglés IV	6		
4º curso, 2º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Francés III	6		

-Equivalencias establecidas entre el plan de estudios de la Licenciatura en Economía (2º Ciclo) (1999) y el Grado en Comercio Internacional

Grado en COMERCIO INTERNACIONAL	ECTS	Licenciatura en Economía	créditos LRU
1º curso, 1º semestre			
Macroeconomía	6		
Matemáticas Aplicadas a la Empresa	6		
Fundamentos de Administración de Empresas	6		
Contabilidad Financiera	6		
Inglés I	6		
1º curso, 2º semestre			
Microeconomía	6		
Régimen Jurídico del Mercado	6		
Estadística I	6		
Gestión Financiera	6		
Informática Aplicada a la Empresa	6		
2º curso, 1º semestre			
Derecho de los Negocios Internacionales	6		
Teoría y Política del Comercio Internacional	6		
Marketing Internacional	6		
Normas internacionales de Contabilidad	6		
Inglés II	6		
2º curso, 2º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Dirección Internacional de Recursos Humanos	6		
Régimen Jurídico nacional e internacional de Derecho del Trabajo	6		
Dirección de ventas y gestión de precios	6		
Estadística II	6		
Francés I en Commerce International	6		
3º curso, 1º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	

Investigación de mercados internacionales	6		
Inglés III	6		
Francés II en Commerce International	6		
3º curso, 2º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Finanzas Internacionales I	6		
Análisis de Estados Financieros	6		
Dirección Internacional de la Empresa	6		
Economía e integración europea	6	Economía de la Unión Europea	6
Logística y gestión de canales de comercialización	6		
4º curso, 1º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Marketing Cross-Cultural	6		
Fiscalidad Internacional de la Empresa	6		
Gestión del Comercio Internacional y Electrónico	6		
Inglés IV	6		
4º curso, 2º semestre		(Curso-Anual/Cuatrimestre)	
Francés III Présentations et Négotiations en Commerce International	6		

### 10.3. Enseñanzas que se extinguen por la implantación del título propuesto

Con la implantación del Grado en Comercio Internacional por la Universidad de León, se extinguen los estudios conducentes a la Diplomatura en Ciencias Empresariales de la misma Universidad.

## ANEXO 1:

### Acuerdo de Cooperación Académica en el campo de los negocios y el comercio internacional entre la Universidad de León (España) y la Universidad de ..... (.....)

D. José Ángel Hermida Alonso, Rector de la Universidad de León, en nombre y representación de la Universidad de León, con domicilio en la Avda. de la Facultad, 25 - 24071, LEON, España y D. \_\_\_\_\_, Rector de la Universidad de \_\_\_\_\_, en nombre y representación de la Universidad de \_\_\_\_\_, con domicilio en \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, reconocen mutuamente sus avances y logros en el ámbito de la investigación y de la Educación dentro del campo de los estudios en negocios y el comercio internacional, y expresan su interés en desarrollar aún más su actual cooperación académica, mediante su implicación en nuevos proyectos bilaterales.

Por ello, la Universidad de León y la Universidad de..... acuerdan establecer un programa de cooperación académica en el área específica de los estudios en negocios y comercio internacional, de acuerdo a los términos y condiciones expresados en el presente acuerdo.

#### A. OBJETIVOS

El objetivo de esta cooperación es impulsar la colaboración, dar oportunidad a nuevas experiencias interculturales y facilitar el desarrollo del conocimiento tanto para estudiantes como para profesores sobre la base de la reciprocidad, el esfuerzo, el beneficio mutuo y las interacciones frecuentes dentro de un contexto internacional.

La Universidad de León y la Universidad de..... acuerdan:

- a) Intercambiar información sobre la investigación y los programas educativos que puedan tener en relación al campo específico de los estudios de negocios y comercio internacional, principalmente en el marco del espacio Europeo de educación superior.
- b) Organizar conjuntamente seminarios, conferencias, talleres y programas intensivos sobre temas relacionados específicamente con el área de los estudios de negocios y comercio internacional, e invitar a estudiantes y profesores de sus respectivas facultades a participar en ellos.
- c) Desarrollar un nuevo programa académico que ofrezca a sus respectivos estudiantes la posibilidad de obtener un Diploma en Negocios Internacionales, en los términos descritos a continuación.

La Universidad de León y la Universidad de..... acuerdan que los términos y condiciones detalladas que guiarán cada actividad bilateral serán fijadas en Adendas al Acuerdo, a suscribir posteriormente entre las partes, dentro del marco de los objetivos A, B y C. Dichos términos incluirán una descripción técnica de la actividad propuesta, su financiación, la persona o personas responsables de su implementación, etc.

#### B.-DESARROLLO

### B.1.-Intercambio de información y contactos institucionales

Cada socio nombrará a un profesor de su Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales como coordinador del programa. Ambas personas revisarán periódicamente la marcha del programa, e identificarán formas de reforzar la cooperación entre la Universidad de León y la Universidad de.....

Para la Universidad de León el coordinador del programa es D.\_\_\_\_\_ y para la Universidad de \_\_\_\_\_, D./D<sup>a</sup>\_\_\_\_\_.

### B.2.-Conferencias, seminarios y Programas Intensivos conjuntos.

La Universidad de León y la Universidad de....., de acuerdo a lo establecido en el apartado A.a. acuerdan ayudarse a identificar e invitar a los miembros de sus Facultades de CC. Económicas y Empresariales a participar en Conferencias, talleres, seminarios, cursos de corta duración y programas intensivos conjuntos. Los términos y condiciones de esta participación se elaborarán de mutuo acuerdo entre los miembros de la Facultad invitada y la institución que extienda la invitación, teniendo en cuenta el marco definido por la UE en el caso de los programas intensivos o la movilidad "Erasmus" para intercambio de profesores.

En la Universidad de León la persona responsable de la elaboración de dichos términos y condiciones es D.\_\_\_\_\_ y en la Universidad de \_\_\_\_\_, D./D<sup>a</sup>\_\_\_\_\_.

### B.3.-Diploma en Negocios Internacionales

La Universidad de León y la Universidad de..... acuerdan:

1.-Intercambiar anualmente hasta 5 de sus estudiantes por Universidad en el marco del programa de movilidad Europeo "Erasmus", a fin de cursar asignaturas específicamente relacionadas con el mundo de los negocios, la administración de empresas y el comercio internacional, con una duración de o bien un semestre o bien un curso académico completo.

2.- La Universidad de León ofrecerá a dichos estudiantes extranjeros la posibilidad de participar en su programa académico "Diploma in International Business", que consta de 30 créditos ECTS distribuidos en los siguientes cursos impartidos en inglés en la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales durante el primer semestre (Febrero a Junio):

3 asignaturas (18 ECTS):

- International Market Research
- Marketing Communication
- Customer Behaviour

2 asignaturas (12 ECTS) a escoger por el alumno entre:

- Advanced Business English
- Français
- Español para principiantes

Los estudiantes de intercambio que permanezcan el curso académico completo en España, tendrán la opción de recibir un Diploma de 60 créditos ECTS si cursan y aprueban las siguientes asignaturas impartidas en español durante el segundo semestre:

- Economía e Integración Europea
- Logística y Canales de Distribución
- Finanzas Internacionales
- Análisis de estados financieros
- Dirección Internacional de la Empresa

La Universidad de..... ofrecerá igualmente a los estudiantes de intercambio de la Universidad de León la posibilidad de recibir un Diploma de estudios similar, por 30 o 60 créditos ECTS, distribuidas en las siguientes asignaturas, impartidas tanto en inglés como en el idioma nacional:

- Economía e Integración Europea
- Investigación de Mercados Internacionales
- Finanzas Internacionales
- Dirección Internacional de Empresas
- Logística y Gestión de Canales Comerciales
- Análisis de Estados Financieros
- Comportamiento del Consumidor
- Inglés avanzado
- Francés
- Idioma nacional

#### C.- DURACION Y TERMINACION DEL ACUERDO

Este acuerdo tendrá efecto a partir de la fecha de su firma por parte de los representantes de ambas instituciones. Permanecerá en vigor por un periodo de tres años, y podrá ser renovado posteriormente tras su revisión y nuevo acuerdo.

Ambas instituciones pueden dar por terminado el acuerdo mediante notificación escrita a la otra institución con al menos 6 meses de antelación. Una vez terminado, ni la Universidad de León, ni la Universidad de..... serán responsables de cualquier pérdida de tipo financiero o de otro tipo que pudieran sufrir ambas instituciones. Sin embargo, en caso de terminación del presente acuerdo, la Universidad de León y la Universidad de..... se asegurarán que todas las actividades comunes en marcha en ese momento puedan continuar satisfactoriamente hasta su finalización.

#### D.- RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Los conflictos se solucionarán por los coordinadores del programa nombrados en la Universidad de León y en la Universidad de \_\_\_\_\_. Si alguna cuestión no pudiera ser resuelta de esta forma, será remitida al Decano o al cargo equivalente de cada institución parte quien deberá llegar a un acuerdo sobre el asunto o, si fuera apropiado, acordar el nombramiento de un árbitro.

Este convenio tiene carácter administrativo, habiendo de someterse las posibles cuestiones litigiosas entre las partes al orden jurisdiccional contencioso-administrativo.

#### E.- EXTINCIÓN DEL CONTRATO

Extinguido El Acuerdo se ha de asegurar a los estudiantes que se hallen cursando los estudios del Programa formativo la posibilidad de finalizarlos.

..... (día) / ..... (mes) / ..... (año)

Firmado por

Firmado por

Dr José Ángel Hermida Alonso

Dr.....

Rector

Rector

Universidad de León (España)

Universidad de.....

ANEXO 2: LETTER OF INTENT (AVALES INTERNACIONALES.)

**LETTER OF INTENT FOR ACADEMIC COOPERATION**

Between

**UNIVERSITY OF LEON**  
(Faculty of Economics and business Studies)

And

**UNIVERSITY OF CAGLIARI**  
(Faculty of Economics)

In line with the development of friendly international cooperation in accordance with our mutual interests in developing programs of academic and scholarly exchanges and for the purpose of establishing a long-term mutually beneficial association, the Faculty of Economics and Business Studies of the University of Leon (Spain), and the Faculty of Economics of the University of Cagliari (Italy), join in the following letter of intent. Both parties agree to exercise their best efforts to develop the following forms of cooperation:

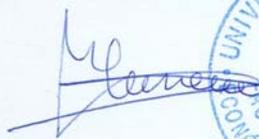
1. Establish ties of friendship and cooperation.
2. Promote mutual understanding, academic collaboration, cultural and personnel exchanges in the field of International Business and Commerce.
3. Work toward more formal, complex, and binding agreements, by developing a joint program aimed to offer their respective students the possibility to achieve a "Diploma in International Business".

Both the Faculty of Economics and Business Studies of the University of Leon and the Faculty of Economics of the University of Cagliari, are committed to working together to develop specific agreements on the points above in the coming months. These agreements will provide logistical and management details appropriate to the successful operation of the program, while fulfilling the spirit and purpose of this general letter of intent.

Signatories:

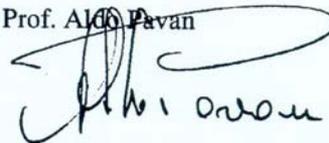
28 November 2008

Dra. María Jesús Mures Quintana



Dean  
Faculty of Economics and Business Studies  
University of León (Spain)

Prof. Aldo Pavan



Dean  
Faculty of Economics  
University of Cagliari (Italy)



## LETTER OF INTENT FOR ACADEMIC COOPERATION

Between

**UNIVERSITY OF LEON**  
(Faculty of Economics and business Studies)

And

**SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**  
(Business School)

In line with the development of friendly international cooperation in accordance with our mutual interests in developing programs of academic and scholarly exchanges and for the purpose of establishing a long-term mutually beneficial association, the Faculty of Economics and Business Studies of the University of Leon (Spain), and the Business School of the Seinäjoki University of Applied Sciences (Finland), join in the following letter of intent. Both parties agree to exercise their best efforts to develop the following forms of cooperation:

1. Establish ties of friendship and cooperation.
2. Promote mutual understanding, academic collaboration, cultural and personnel exchanges in the field of International Business and Commerce.
3. Work toward more formal, complex, and binding agreements, by developing a joint program aimed to offer their respective students the possibility to achieve a "Diploma in International Business".

Both the Faculty of Economics and Business Studies of the University of Leon and the Business School of the Seinäjoki University of Applied Sciences are committed to working together to develop specific agreements on the points above in the coming months. These agreements will provide logistical and management details appropriate to the successful operation of the program, while fulfilling the spirit and purpose of this general letter of intent.

Signatories:



*[Signature]*  
Dra. María Jesús Mures Quintana  
Dean  
Faculty of Economics and Business Studies  
University of León (Spain)

3 December 2008

*[Signature]*

Dr Elina Varamäki  
Dean  
Business School  
Seinäjoki University of Applied  
Sciences (Finland)



## LETTER OF INTENT FOR ACADEMIC COOPERATION

Between

**UNIVERSITY OF LEON**  
(Faculty of Economics and business Studies)

And

**UMEÅ UNIVERSITY**  
(Umeå School of Business)

In line with the development of friendly international cooperation in accordance with our mutual interests in developing programs of academic and scholarly exchanges and for the purpose of establishing a long-term mutually beneficial association, the Faculty of Economics and Business Studies of the University of Leon (Spain), and Umeå School of Business, Umeå university, Sweden, join in the following letter of intent. Both parties agree to exercise their best efforts to develop the following forms of cooperation:

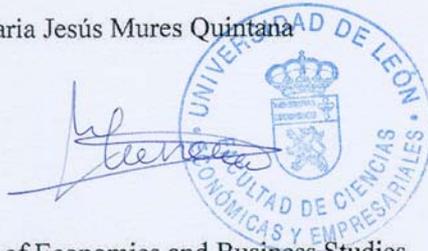
1. Establish ties of friendship and cooperation.
2. Promote mutual understanding, academic collaboration, cultural and personnel exchanges in the field of International Business and Commerce.
3. Work toward more formal, complex, and binding agreements, by developing a joint program aimed to offer their respective students the possibility to achieve a "Diploma in International Business".

Both the Faculty of Economics and Business Studies of the University of Leon and Umeå School of Business, Umeå university, are committed to working together to develop specific agreements on the points above in the coming months. These agreements will provide logistical and management details appropriate to the successful operation of the program, while fulfilling the spirit and purpose of this general letter of intent.

Signatories:

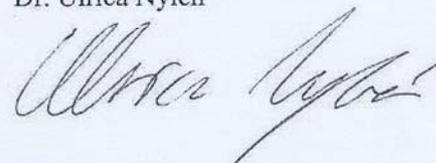
December 2nd 2008

Dra. Maria Jesús Mures Quintana



Dean  
Faculty of Economics and Business Studies  
University of León (Spain)

Dr. Ulrica Nylén



Associate Dean  
Umeå School of Business  
Umeå university, Sweden

# LETTER OF INTENT FOR ACADEMIC COOPERATION

Between

**UNIVERSITY OF LEON**  
(Faculty of Economics and business Studies)

And

**INSTITUT SUPERIEUR DU COMMERCE (ISC Paris)**

In line with the development of friendly international cooperation in accordance with our mutual interests in developing programs of academic and scholarly exchanges and for the purpose of establishing a long-term mutually beneficial association, the Faculty of Economics and Business Studies of the University of Leon (Spain), and Institut Supérieur du Commerce, Paris, (France), join in the following letter of intent. Both parties agree to exercise their best efforts to develop the following forms of cooperation:

1. Establish ties of friendship and cooperation.
2. Promote mutual understanding, academic collaboration, cultural and personnel exchanges in the field of International Business and Commerce.
3. Work toward more formal, complex, and binding agreements, by developing a joint program aimed to offer their respective students the possibility to achieve a "Diploma in International Business".

Both the Faculty of Economics and Business Studies of the University of Leon and Institut Supérieur du Commerce are committed to working together to develop specific agreements on the points above in the coming months. These agreements will provide logistical and management details appropriate to the successful operation of the program, while fulfilling the spirit and purpose of this general letter of intent.

Signatories:

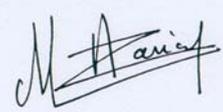
December 3, 2008

Dra. Maria Jesús Mures  
Quintana

Dr. Michel Azaria

  
Dean  
Faculty of Economics and  
Business Studies  
University of León (Spain)



  
Associate Dean for  
Institutional Affairs  
ISC Paris (France)

# LETTER OF INTENT FOR ACADEMIC COOPERATION

Between

**UNIVERSITY OF LEON**  
(Faculty of Economics and business Studies)

And

**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA**  
(Faculty of Economics)

In line with the development of friendly international cooperation in accordance with our mutual interests in developing programs of academic and scholarly exchanges and for the purpose of establishing a long-term mutually beneficial association, the Faculty of Economics and Business Studies of the University of Leon (Spain), and the Faculty of Economics of Università degli Studi di Pavia (Italy) join in the following letter of intent. Both parties agree to exercise their best efforts to develop the following forms of cooperation:

1. Establish ties of friendship and cooperation.
2. Promote mutual understanding, academic collaboration, cultural and personnel exchanges in the field of International Business and Commerce.
3. Work toward more formal, complex, and binding agreements, by developing a joint program aimed to offer their respective students the possibility to achieve a "Diploma in International Business".

Both the Faculty of Economics and Business Studies of the University of Leon and the Faculty of Economics of Università degli Studi di Pavia, are committed to working together to develop specific agreements on the points above in the coming months. These agreements will provide logistical and management details appropriate to the successful operation of the program, while fulfilling the spirit and purpose of this general letter of intent.

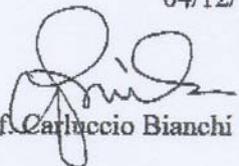
Signatories:

04/12/ 2008

Dra. Maria Jesús Mures Quintana



Dean  
Faculty of Economics and Business Studies  
University of León (Spain)

  
Prof. Carluccio Bianchi

Dean  
Faculty of Economics  
Università degli Studi di Pavia (Italy)

## LETTER OF INTENT FOR ACADEMIC COOPERATION

Between

**UNIVERSITY OF LEON**  
(Faculty of Economics and business Studies)

And

**UNIVERSITY OF SAVOIE**  
(Institute of Management)

In line with the development of friendly international cooperation in accordance with our mutual interests in developing programs of academic and scholarly exchanges and for the purpose of establishing a long-term mutually beneficial association, the Faculty of Economics and Business Studies of the University of Leon (Spain), and the Institute of Management of the University of Savoie (France), join in the following letter of intent. Both parties agree to exercise their best efforts to develop the following forms of cooperation:

1. Establish ties of friendship and cooperation.
2. Promote mutual understanding, academic collaboration, cultural and personnel exchanges in the field of International Business and Commerce.
3. Work toward more formal, complex, and binding agreements, by developing a joint program aimed to offer their respective students the possibility to achieve a "Diploma in International Business".

Both the Faculty of Economics and Business Studies of the University of Leon and the Institute of Management of the University of Savoie, are committed to working together to develop specific agreements on the points above in the coming months. These agreements will provide logistical and management details appropriate to the successful operation of the program, while fulfilling the spirit and purpose of this general letter of intent.

Signatories:

4 December 2008



Dra. Maria Jesús Mures Quintana

Déan  
Faculty of Economics and Business Studies  
University of León (Spain)

Thierry Rolando

Directeur  
Institute of Management  
University of Savoie (France)

## LETTER OF INTENT FOR ACADEMIC COOPERATION

Between

**UNIVERSITY OF LEON**  
(Faculty of Economics and business Studies)

And

**UNIVERSITY COLLEGE OF WEST FLANDERS - HOWEST**  
Faculty of Economic and Business studies - SST

In line with the development of friendly international cooperation in accordance with our mutual interests in developing programs of academic and scholarly exchanges and for the purpose of establishing a long-term mutually beneficial association, the Faculty of Economics and Business Studies of the University of Leon (Spain), and Faculty of Economic and Business studies – Simon Steven, University College of West Flanders, (Belgium), join in the following letter of intent. Both parties agree to exercise their best efforts to develop the following forms of cooperation:

1. Establish ties of friendship and cooperation.
2. Promote mutual understanding, academic collaboration, cultural and personnel exchanges in the field of International Business and Commerce.
3. Work toward more formal, complex, and binding agreements, by developing a joint program aimed to offer their respective students the possibility to achieve a “Diploma in International Business”.

Both the Faculty of Economics and Business Studies of the University of Leon and Faculty of Economic and Business studies – Simon Steven, University College of West Flanders, are committed to working together to develop specific agreements on the points above in the coming months. These agreements will provide logistical and management details appropriate to the successful operation of the program, while fulfilling the spirit and purpose of this general letter of intent.

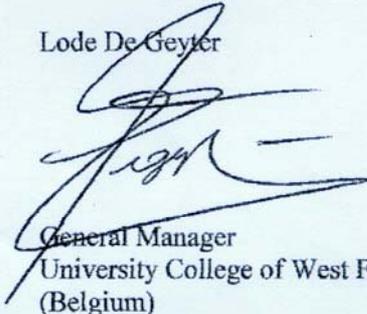
Signatories:

December 4th 2008

Dra. Maria Jesús Mures Quintana

Lode De Geyter

  
Dean  
Faculty of Economics and Business Studies  
University of León (Spain)

  
General Manager  
University College of West Flanders  
(Belgium)

# 湘潭大学

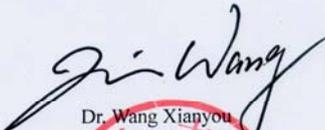
---

In the International Exchange School of the Xiangtan University (China) we warmly welcome the Draft of the Survey concerning the application for the Degree in INTERNATIONAL TRADE submitted by the Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales of our partner Universidad de León (Spain) in order to be awarded the studies mentioned before due to their importance provided the process of renewal within the European Academic system.

In the International Exchange School of Xiangtan University we consider that a good background in International Trade is of utmost importance in order to strengthen international relations at a world level. The orientation and profile of this Degree matches very well with the wishes and expectations of the recent movements in secondary and tertiary sectors all over the world.

Accordingly, on behalf of the Institution I am honored to represent, I do positively value the initiative and we offer our support and cooperation because that Degree in INTERNATIONAL TRADE one day will also offer our students the chance of studying at the Universidad de León gaining the necessary linguistic competence and expertise in international markets,

Xiangtan, October 14, 2009.

  
Dr. Wang Xianyou  
Dean  
International Exchange School  
Xiangtan University  
Hunan Province  
China



## ANEXO 3: AVALES INSTITUCIONALES

 <b>economistas</b> Colegio de León		<b>ILUSTRE COLEGIO DE ECONOMISTAS LEÓN</b>  <b>REGISTRO</b> ENTRADA SALIDA Nº NÚMERO 1329
--	--	---

ASUNTO: Informe por el que el Ilustre Colegio de Economistas de León avala los títulos propuestos por la Universidad de León para la adaptación de los contenidos formativos impartidos por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales a los criterios del Espacio Europeo de Enseñanza Superior.

El Colegio de Economistas de León, teniendo en cuenta lo establecido, en los artículos 4, 24, 25.4 y Punto 2.1. del Anexo I del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre (BOE 30 octubre 2007), por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, a solicitud de la Universidad de León y considerando que el Colegio constituye un referente externo de obligado cumplimiento en relación a los títulos de grado, master y postgrado que afectan a la profesión de Economista por ser la única entidad representativa de dicha profesión en el ámbito territorial de la mencionada Universidad de León, examinada la documentación remitida en su día por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, y tras la reunión de trabajo mantenida el pasado viernes 7 de octubre con la Ilma. Sra. Decana de dicha Facultad, para conocer en profundidad los contenidos y configuración de los títulos propuestos de Grado en Administración y Dirección de Empresas, Grado en Comercio Internacional, Grado en Economía, Grado en Finanzas, Banca y Seguros, y Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

A la vista de cuanto antecede, considera que la configuración de dichas titulaciones cumplen los requisitos establecidos por la normativa profesional vigente, tanto en contenido de materias, como estructura, habilidades y competencias a desarrollar.

Y que, como consecuencia, los estudiantes que accedan a dichas titulaciones estarán en condiciones de alcanzar los requisitos formativos establecidos en nuestro Estatuto Profesional para acceder, en su caso, cumpliendo con la normativa profesional y colegial vigente, a la profesión de Economista.

Y para que conste y surta los efectos legales oportunos, firmo el presente, en León a cinco de Noviembre de dos mil ocho.

  
Fdo. Roberto Escudero Barbero  
Decano-Presidente

Av. Padre Isla, 28 - 1º Izqda. - 24002 León - Telf./Fax: 987 24 24 62 - C.I.F.: Q-2461001-F  
www.colegioeconomistasleon.com • E-mail: colegioleon@economistas.org



**Informe por el que el Ilustre Colegio Oficial de Titulados Mercantiles y Diplomados en Ciencias Empresariales de León avala los títulos propuestos por la Universidad de León, para la adaptación de los contenidos formativos impartidos por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales a los criterios del Espacio Europeo de Educación Superior**

D. Francisco Morán Álvarez, Presidente del Colegio Oficial de Titulados Mercantiles y Diplomados en Ciencias Empresariales de León, informa que ha tenido conocimiento de la elaboración del Borrador de la Memoria de Solicitud de Verificación del Título de Grado en **COMERCIO INTERNACIONAL**, cuyo documento fue remitido por el Decanato de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León y presentado por la Decana de dicho centro a nuestros colegiados.

Desde este Colegio se considera que la formación universitaria a la que hace referencia el Título propuesto es básica y fundamental para la incorporación de los titulados al mundo laboral.

En consecuencia, se valora de forma positiva la planificación del Título de Grado en **Comercio Internacional** y desde este Colegio se ofrece toda la colaboración y apoyo.

Y para que conste y surta los efectos oportunos, firmo la presente en León a dieciocho de noviembre de dos mil ocho.

Fdo.: Francisco Morán Álvarez  
Presidente





CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA  
LEÓN

D. Manuel Lamelas Viloría, Presidente de la CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA DE LEÓN, comunica que ha sido informado de la elaboración por parte de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León del **Borrador de la Memoria de Verificación del Grado de Comercio Internacional**. Del mismo modo se le invita a valorar su contenido y la conveniencia de su incorporación al sistema universitario español dentro del proceso de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior.

Desde la Corporación a la que represento, que tiene por Ley la finalidad de representar, promocionar y defender los intereses generales del comercio y la industria y la prestación de servicios a las empresas que ejerzan las indicadas actividades, consideramos que la formación a la que hace referencia el borrador indicado es fundamental a la hora de incorporar titulados al mundo laboral con la formación necesaria para ser un elemento indispensable en la consolidación y competitividad de nuestras empresas.

En consecuencia, valoramos de forma muy positiva la planificación, que con el objetivo de impulsar una docencia de calidad, se está haciendo de los nuevos procesos de enseñanza.

  
Manuel Lamelas Viloría  
Presidente

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Astorga y su Partido Judicial, en sesión celebrada el pasado día 15 de los corrientes, adoptó el acuerdo siguiente:

INFORMAR que ha analizado con detenimiento e interés el Borrador de la Memoria de Solicitud de Verificación del Título en COMERCIO INTERNACIONAL, realizada por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León, y dirigida a plantear los estudios relativos al Grado en Comercio Internacional y a valorar la conveniencia de incorporarlos al sistema universitario español dentro del proceso de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior.

Desde la Cámara de Comercio e Industria de Astorga, consideramos que la formación universitaria en el ámbito de Comercio Internacional es fundamental para la expansión de nuestro comercio exterior, la presencia de nuestros productos en los mercados internacionales y la presencia española en los grandes centros de decisión del mundo. El perfil que los redactores del Grado han sabido darle, encaja plenamente con las inquietudes de las industrias, del comercio y de los servicios de las empresas españolas.

En consecuencia y en nombre esta institución, valoramos positivamente la iniciativa y ofrecemos el apoyo y la colaboración necesaria a fin de que el vínculo universidad-sociedad-empresa sea cada vez más intenso y nos conduzca a todos en una misma dirección: la competencia lingüística y que el país ocupe el lugar que legítimamente le corresponde a nivel internacional.

Lo que trasladamos al Decanato de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León a fin de que produzca los efectos deseados.

En Astorga a 17 de Octubre de 2008.

EL PRESIDENTE,

**Cámara**  
Astorga

Fdo. Leandro Simón González.

ILMA. SRA. DECANA DE LA FACULTAD DE C.C. ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES.- LEÓN.

Padres Redentoristas, 26  
24700 Astorga (León)  
Telf.: 987 602 423

Fax: 987 618 709  
secretaria@camaraastorga.com  
www.camaraastorga.com

D. Ignacio Tejera Montaña, Presidente de la Federación Leonesa de Empresarios, informa que ha analizado con detenimiento e interés el Borrador de la Memoria de Solicitud de Verificación del Título en COMERCIO INTERNACIONAL, realizada por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León, y dirigida a plantear los estudios relativos al Grado en Comercio Internacional y a valorar la conveniencia de incorporarlos al sistema universitario español dentro del proceso de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior.

Desde la Federación Leonesa de Empresarios consideramos que la formación universitaria en el ámbito de Comercio Internacional es fundamental para la expansión de nuestro comercio exterior, la presencia de nuestros productos en los mercados internacionales y la presencia española en los grandes centros de decisión del mundo. El perfil que los redactores del Grado han sabido darle, encaja plenamente con las inquietudes de las industrias, del comercio y de los servicios de las empresas españolas.

En consecuencia y en nombre de la institución que represento, valoro positivamente la iniciativa y ofrecemos el apoyo y la colaboración de la institución que represento, a fin de que el vínculo universidad-sociedad-empresa sea cada vez más intenso y nos conduzca a todos en una misma dirección: la competencia lingüística y que el país ocupe el lugar que legítimamente le corresponde a nivel internacional.

En León, a 16 de octubre de 2008



*Independencia, 4.5° - 24001 León*





D. Agustín Fco. Flórez Morán informa que al **CIRCULO EMPRESARIAL LEONES** le ha sido enviado el **Borrador de la Memoria de Verificación del Grado de Comercio Internacional** elaborado por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León y aceptando la invitación de realizar una valoración del mismo, declara que teniendo en cuenta que representa a una asociación de empresas que recibe las inquietudes y demandas de los empresarios, considera que el contenido del borrador al se hece referencia recoge las demandas formativas que hasta nosotros llegan desde el mundo empresarial, por lo que considero totalmente positivo su contenido así como los esfuerzos realizados por la Universidad para conseguir la adaptación de nuestro sistema universitario al Espacio Europeo de Educación Superior.

Fdo.: Agustín Fco. Flórez Morán  
Tesorero CIRCULO EMPRESARIAL LEONÉS

D. Agustín Fco. Flórez Morán, Consejero Delegado de **BIO-GES STARTERS, S.A.** comunica que ha sido informado de la elaboración por parte de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León del **Borrador de la Memoria de Verificación del Grado de Comercio Internacional**. Del mismo modo se le invita a valorar su contenido y la conveniencia de su incorporación al sistema universitario español dentro del proceso de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior.

Desde la empresa a la que represento, considero que la formación a la que hace referencia el borrador indicado es fundamental a la hora de contar con una visión más global de la puesta en marcha de una empresa, así como a la de enfrentarse a la resolución de las cuestiones que surgen en el desarrollo cotidiano de la misma y el planteamiento de nuevos objetivos.

Consecuentemente, valoro de forma muy positiva la planificación, que con el único objetivo de impulsar una docencia de calidad, se está haciendo de los nuevos procesos de enseñanza.

BIO-GES STARTERS, S.A.  
C.I.F. A. 24469249  
Condesa de Sagasta, 10 - 1º  
24001 LEÓN

Fdo.: Agustín Fco. Flórez Morán  
Consejero Delegado BIO-GES STARTERS, S.A.



**biomerc**

BIOTECNOLÓGICOS Y MERCADOS S.L.  
PASEO CONDESA DE SAGASTA, 10 - 1º C  
24001 LEON - CASTILLA Y LEON - ESPAÑA

TELEFONO: 987 876 135 - FAX: 987 225 638  
WEB: www.biomerc.com | www.fertibiomerc.com  
email: info@biomerc.com

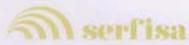
D. Agustín Fco. Flórez Morán, Consejero Delegado de **BIOTECNOLÓGICOS Y MERCADOS, S.L.** comunica que ha sido informado de la elaboración por parte de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León del **Borrador de la Memoria de Verificación del Grado de Comercio Internacional**. Del mismo modo se le invita a valorar su contenido y la conveniencia de su incorporación al sistema universitario español dentro del proceso de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior.

Desde la empresa a la que represento, considero que la formación a la que hace referencia el borrador indicado es fundamental a la hora de contar con una visión más global de la puesta en marcha de una empresa, así como a la de enfrentarse a la resolución de las cuestiones que surgen en el desarrollo cotidiano de la misma y el planteamiento de nuevos objetivos.

Consecuentemente, valoro de forma muy positiva la planificación, que con el único objetivo de impulsar una docencia de calidad, se está haciendo de los nuevos procesos de enseñanza.

BIOTECNOLÓGICOS Y MERCADOS, S.L.  
B24455255  
Ps. Condesa de Sagasta, 10 - 1º  
24001 - LEON

Fdo.: Agustín Fco. Flórez Morán  
Consejero Delegado  
BIOTECNOLÓGICOS Y MERCADOS, S.L.



SERFISA, S.L.  
Paseo Condesa de Sagasta, 10-1ª C  
24001 León

D. Agustín Fco. Flórez Morán, Director de **SERFISA, S.L.**, comunica que ha sido informado de la elaboración por parte de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León del **Borrador de la Memoria de Verificación del Grado de Comercio Internacional**. Del mismo modo se le invita a valorar su contenido y la conveniencia de su incorporación al sistema universitario español dentro del proceso de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior.

Desde la empresa a la que represento, dedicada al asesoramiento integral de empresas, considero que la formación a la que hace referencia el borrador indicado es fundamental a la hora de incorporar a los titulados al mundo laboral.

Consecuentemente, valoro de forma muy positiva la planificación, que con el único objetivo de impulsar una docencia de calidad, se está haciendo de los nuevos procesos de enseñanza.



Fdo.: Agustín Fco. Flórez Morán  
Director SERFISA, S.L.