



Universidad de Valladolid

Grado

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

Grado en:

Grado de Comercio

Centro:

Escuela Universitaria de Estudios Empresariales

Versión 2, 19/06/2009.



Índice de la memoria:

Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre

1 Descripción del título

- 1.1 Representante legal de la Universidad
- 1.2 Responsable del título
- 1.3 Universidad solicitante
- 1.4 Dirección a efectos de notificación
- 1.5 Descripción del título
- 1.6 Centro responsable de las enseñanzas conducentes al título.
- 1.7 Tipo de enseñanza de que se trata. (presencial, semipresencial, a distancia, etc.).
- 1.8 Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas (estimación para los primeros 4 años).
- 1.9 Otros descriptores:
 - a Número de ECTS del título.
 - b Número Mínimo de ECTS de matrícula por estudiante y período lectivo.
 - c Normas de permanencia.
 - d Cursar estudios a tiempo parcial.
 - e Necesidades educativas especiales.
- 1.10 Resto de información necesaria para la expedición del Suplemento Europeo al Título.
 - a Rama de conocimiento.
 - b Naturaleza de la institución que concede el título.
 - c Naturaleza del centro Universitario en el que el titulado ha finalizado sus estudios.
 - d Profesiones para las que capacita una vez obtenido el título.
 - e Lenguas utilizadas a lo largo del proceso formativo.

2 Justificación

- 2.1 Justificación del título.
 - a Interés académico, científico o profesional del mismo.
 - b Normas reguladoras del ejercicio profesional.
- 2.2 Referentes externos.
- 2.3 Procedimientos de consulta internos y externos.
 - a Procedimientos de consulta internos.
 - b Procedimientos de consulta externos.

3 Objetivos

- 3.1 Objetivos.
- 3.2 Competencias: generales y específicas.

4 Acceso y admisión de estudiantes

- 4.1 Sistemas de:
 - a Información previa a la matriculación.
 - b Procedimiento de acceso.
 - c Procedimientos de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso.
- 4.2 Condiciones o pruebas de acceso especiales. (Autorizadas por la administración competente)
- 4.3 Sistemas accesibles de apoyo y orientación a los estudiantes una vez matriculados.
 - a Acciones de difusión que el centro realiza directamente.
- 4.4 Transferencia y reconocimiento de créditos: sistema propuesto por la Universidad.

5 Planificación de las enseñanzas

- 5.1 Estructura de las enseñanzas:
 - a Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia.
 - b Explicación general de la planificación del plan de estudios
 - c Organización temporal: semestral, trimestral o semanal, etc., así como del carácter de las materias.
- 5.2 Movilidad de estudiantes propios y de acogida:
 - a Procedimientos para la organización de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida.
 - b Sistema de reconocimiento y acumulación de créditos ECTS.
 - c Convenios de colaboración y experiencia del centro en movilidad de estudiantes propios y de acogida.
- 5.3 Descripción de los módulos o materias de enseñanza- aprendizaje que constituye la estructura del plan.



6 Personal académico

- 6.1 Profesorado y otros recursos humanos necesarios y disponibles para llevar a cabo el plan de estudios:
 - a Personal docente e investigador.
 - b Personal de administración y servicios.
 - c Adecuación del profesorado.
 - d Mecanismos que se disponen para asegurar la igualdad y no discriminación.
 - e Previsión de nuevos recursos.

7 Recursos materiales y servicios

- 7.1 Justificación de los medios materiales y servicios disponibles:
 - a Descripción de los medios materiales y servicios disponibles.
 - b Justificación los medios descritos son adecuados para desarrollar las actividades planificadas.
 - c Justificación de que los medios descritos cumplen los criterios de accesibilidad.
 - d Justificación de los mecanismos de mantenimiento, revisión y óptimo funcionamiento de los medios.
- 7.2 Previsión de adquisición de los recursos materiales en el caso de no disponer de ellos en la actualidad.

8 Resultados previstos

- 8.1 Tasas:
 - a Tasa de graduación
 - b Tasa de abandono
 - c Tasa de eficiencia
- 8.2 Procedimiento general de la Universidad para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje.

9 Sistema de garantía de la calidad

- 9.1 Responsables del sistema de garantía de la calidad del plan de estudios.
- 9.2 Procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado.
- 9.3 Procedimientos para garantizar la calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad.
- 9.4 Procedimientos de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación.
- 9.5 Procedimiento para el análisis de:
 - a La satisfacción de los distintos colectivos implicados.
 - b Atención a las sugerencias o reclamación.
 - d Criterios específicos en el caso de extinción del título.

10 Calendario de implantación

- 10.1 Cronograma de implantación del título.
- 10.2 Procedimiento de adaptación de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios.
- 10.3 Enseñanzas que se extinguen por la implantación del correspondiente título propuesto.

Anexos:

I Normas de permanencia de la Universidad de Valladolid.

II Empresas, Instituciones y Asociaciones que apoyan la implantación del Grado en Comercio a escala nacional, durante la primera fase de elaboración del Grado.



1 Descripción del título

1.1 Representante legal de la Universidad

1º Apellido: Abril
2º Apellido: Domingo
Nombre: Evaristo José
NIF: 18418948L
Cargo que ocupa: Rector de la Universidad de Valladolid

1.2 Responsable del título

1º Apellido: Salvador
2º Apellido: Insúa
Nombre: José Antonio
NIF: 12372250K
Cargo que ocupa: Director de la Escuela de Empresariales de la Universidad de Valladolid

1.3 Universidad solicitante

Nombre de la Universidad: Universidad de Valladolid
CIF: Q4718001C
Centro, Departamento o Instituto responsable del título: Escuela Universitaria de Estudios Empresariales

1.4 Dirección a efectos de notificación

Correo electrónico: dir@emp.uva.es
Dirección postal: Paseo del Prado de la Magdalena s/n
Código postal: 47011
Población: Valladolid
Provincia: Valladolid
Comunidad Autónoma: Castilla y León
Fax: 983423056
Teléfono: 983423574

1.5 Descripción del título

Graduado en

Comercio

Por la Universidad de Valladolid

1.6 Centro responsable de las enseñanzas conducentes al título.

Centro/s donde se imparte el título: Escuela Universitaria de Estudios Empresariales



La titulación es conjunta:

Sí No

1.7 Tipo de enseñanza de qué se trata.

Tipo de enseñanza:

Presencial	<input checked="" type="checkbox"/>
Semipresencial	<input type="checkbox"/>
A distancia	<input type="checkbox"/>

1.8 Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas:

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el primer año de implantación:	180
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el segundo año de implantación:	180
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el tercer año de implantación:	180
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el cuarto año de implantación:	180

1.9 Otros descriptores:

a Número de ECTs del título	240
b Número Mínimo de ECTs de matrícula por el estudiante y período lectivo:	30
c Normas de permanencia.	Anexo I
d Cursar estudios a tiempo parcial.	
e Necesidades educativas especiales.	No tiene



1.10 Resto de información necesaria para la expedición del Suplemento Europeo al Título:

a Rama de conocimiento

Artes y Humanidades	<input type="checkbox"/>
Ciencias	<input type="checkbox"/>
Ciencias de la salud	<input type="checkbox"/>
Ciencias sociales y jurídicas	<input checked="" type="checkbox"/>
Ingeniería y arquitectura	<input type="checkbox"/>

b Naturaleza de la institución que concede el título:

c Naturaleza del centro universitario en el que el titulado ha finalizado sus estudios

Propio	<input checked="" type="checkbox"/>
Adscrito	<input type="checkbox"/>

d Profesiones para las que capacita una vez obtenido el título.
No existen profesiones reguladas por Ley.

El título está vinculado a alguna profesión

Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	-------------------------------------

e Lenguas utilizadas a lo largo del proceso formativo. Español



2 Justificación

2.1 Justificación del título.

Justificación del nombre elegido para el Grado

La elección del nombre de “Comercio” para este grado no ha sido decisión casual o caprichosa, sino que es consecuencia de un minucioso análisis de las necesidades del mercado laboral, las titulaciones que se imparten en otros países y la opinión de los empresarios e instituciones que han colaborado en el desarrollo del mismo. Las Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales hemos manejado diversos nombres para este grado, como Gestión Comercial, Gestión de Negocios, etc., que podían ser igualmente válidos, pero en Valladolid se decidió optar por el nombre de Comercio por cinco circunstancias fundamentalmente:

1. Es una titulación que existe en numerosos países, tanto europeos como de fuera de Europa, con unos contenidos muy similares a los que nosotros proponemos. Esto implica que cuando nuestros graduados busquen empleo fuera de España, se encontrarán con que los empresarios del país correspondiente conocen el título, dado que en muchos de estos países hay un título con un nombre y unos contenidos muy parecidos y, por tanto, serán conscientes de los conocimientos, competencias y habilidades que han adquirido en sus estudios, aumentando de forma considerable el grado de empleabilidad de nuestros alumnos.
2. Los empresarios e instituciones que han colaborado en el desarrollo de este plan de estudios han considerado muy acertada la elección del nombre de Grado de Comercio. Por una parte, las empresas pertenecientes al sector de la distribución comercial, porque piensan que ya era hora de que existiera un reconocimiento académico de una actividad tan importante para la economía del cualquier país y tan compleja como es el Comercio. Por otra, las empresas industriales, porque piensan que el conjunto de actividades que desarrollan para comercialización y distribución de sus productos se engloba muy bien bajo la denominación de Comercio.
3. Con este nombre recogemos la vieja tradición de las Escuelas de Comercio, origen de las actuales Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales. Concretamente, la Escuela de Valladolid se fundó en 1887. Las titulaciones de Comercio desaparecieron del panorama formativo español cuando estos centros se integraron en la Universidad, perdiéndose, a nuestro juicio, una titulación que de haberse actualizado adecuadamente, podía haber sido muy valiosa, tanto para el sistema universitario español, tal como ha ocurrido en Francia y en otros países de nuestro entorno, como para el mercado laboral tan necesitado como está de buenos profesionales de la comercialización.
4. Otras universidades ya recogen en su oferta una titulación de Grado en Comercio de contenidos muy similares a ésta. Unificar nombres en titulaciones similares es algo muy positivo en la medida que sirve para orientar a los alumnos y a las empresas que quieran contratarles sobre los contenidos de los diferentes grados y las habilidades y competencias que pueden desarrollar cursándoles. Además, también facilita, evidentemente, la movilidad de los alumnos a escala nacional.



5. Y, porque existe una moción del Senado de España instando al Gobierno a poner en marcha esta titulación (ver <http://www.senado.es/legis8/expedientes/661/impresion/661000328.html>, nº de expediente 661/000328).

Justificación Académica

Uno de los campos de la Economía que más rápidamente está evolucionando es, sin duda, la actividad comercial. La incorporación de las nuevas tecnologías, unido a la globalización de los mercados, ha provocado que la actividad comercial esté cambiando con rapidez y adquiriendo un elevado grado de desarrollo y complejidad. Las empresas se enfrentan a mercados cada vez más amplios en los que la competencia es más intensa; esto hace que todas las actividades relacionadas con la comercialización y distribución de sus productos o servicios adquieran, si cabe, una mayor relevancia. Es en este campo donde muchas empresas se juegan su futuro, situándose su importancia por encima de otros ámbitos empresariales también muy significativos, como pueden ser la producción o la administración. En estos momentos, tan importante o más que producir o gestionar, es vender. Sin duda, se trata de ámbitos relacionados, pues habitualmente cuanto más eficiente se es produciendo mejor se vende, pero no siempre ocurre así. La historia está llena de empresas que tenían estupendos productos y que por falta de una comercialización adecuada hoy ya no existen. Por el contrario, hay empresas que aunque produciendo no son óptimas, con trabajo y tesón han sabido crear una imagen de marca y distribuir eficientemente sus productos, consiguiendo así arrebatar el mercado a otras empresas que elaboran productos de mejor calidad.

Es evidente que la relevancia de este tipo de actividades es aún mayor en todas las empresas que forman parte del sector de distribución comercial, uno de los más importantes en cualquier economía del mundo. En 2008 en España había más de un millón de empresas que formaban parte de lo que se podría considerar el sector de la distribución comercial. Sólo en la provincia de Valladolid había más de 10.000 empresas.

Esta creciente relevancia de la actividad comercial exige, cada vez más, la presencia dentro de las empresas de personas que se dediquen exclusivamente al desarrollo de estas funciones con la suficiente capacidad para desempeñar las tareas específicas de esta área de negocio. Este tipo de profesional necesita tener unas competencias y habilidades específicas, muy diferentes de las requeridas en otros ámbitos de la empresa. Por tal motivo, la Universidad debe disponer de unas enseñanzas dirigidas esencialmente a la formación de personas que están en disposición de acudir debidamente preparadas a ejercer las funciones referidas, a un campo tan amplio y tan específico dentro de la Economía, como es el de la actividad comercial.

La Red creada para el desarrollo del Grado en Comercio, constituida por todas las Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales (EUEE) de España, considera necesaria una remodelación de las enseñanzas que hasta ahora ha impartido la Universidad en este ámbito, en el que se observan importantes carencias. En los futuros estudios de Comercio se incidirá de forma más intensa en el conocimiento de materias como la gestión comercial, las técnicas comerciales, la logística y el marketing, apoyado todo ello en un mayor conocimiento de materias instrumentales que hoy son consideradas básicas en el mundo de la empresa, como son los idiomas y la informática. Todos estos conocimientos se impartirán desde un punto de vista muy práctico, buscando formar profesionales útiles para el mercado laboral, algo que desde siempre ha caracterizado a las EUEE.

El contenido de los Estudios de Comercio no es ninguna invención de la Red. Las EUEE españolas, antes de fijar su contenido, han estudiado con detalle los estudios de Comercio que se imparten en Francia y Portugal, países en los que este tipo de carreras tiene gran aceptación entre el alumnado y entre las empresas, dado



que proporcionan profesionales altamente cualificados y valorados. Es más, en el proceso de elaboración del plan de estudios del futuro Grado en Comercio, han participado tanto Escuelas Superiores de Comercio francesas como Universidades portuguesas en las que se imparten estos estudios, ofreciendo su valiosa experiencia.

Gracias al amplio proceso de consultas externas realizado por las EUEE de toda España para la elaboración de este plan de estudios, ha sido posible comprobar de primera mano la necesidad que existe en el mercado laboral español de este tipo de profesionales, que no está cubierta en absoluto por las titulaciones que en estos momentos están impartiendo en las universidades públicas españolas. En el caso del grado que aquí presentamos, las consultas han sido todavía más intensas, hasta el punto de que algunos de los agentes externos han participado directamente en la elaboración de este plan de estudios, como se podrá comprobar más adelante. En la comisión académica que ha elaborado este plan de estudios participaron empresas tan importantes como El Corte Inglés, o instituciones como la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Valladolid, la Confederación Vallisoletana de Empresarios y las diferentes asociaciones de pequeños comerciantes de Valladolid. Una vez elaborado el plan, se sometió a una segunda ronda de consultas externas para que otras empresas opinaran sobre él; para ello nos dirigimos a empresas como Renault, Carrefour-España o Leroy Merlin, instituciones financieras como Caja Duero, e instituciones como el Colegio de Agentes Comerciales. De todas estas consultas externas se obtuvo una conclusión clara: en estos momentos ninguna titulación oficial relacionada con la Economía está formando los profesionales que necesita el área comercial de cualquier empresa. Para estas funciones las empresas están empleando en estos cometidos diplomados en Ciencias Empresariales, licenciados en ADE, ingenieros industriales, etc., pero no porque tengan la formación que precisan, sino porque no tienen otra opción, teniendo que dedicar demasiados recursos a formarles en competencias y habilidades que desconocen. Por eso motivo, todos apoyaron, como se puede comprobar en los anexos de esta memoria, este plan de estudios, porque están convencidos de que les va a proporcionar los profesionales que necesitan. En algunos casos, como el de El Corte Inglés, el convencimiento es tan grande, que el apoyo no lo dio el Director Regional de la empresa, sino que para que el respaldo fuera mayor, lo firmó el responsable nacional de esta institución, como puede comprobarse en los anexos.

La necesidad de estos estudios también ha sido reconocida por las instituciones públicas. Este Grado en Comercio y su plan de estudios tiene el apoyo explícito, como se puede ver en los anexos, del Vicepresidente Primero y Consejero de Economía y Empleo de la Junta de Castilla y León, D. Tomás Villanueva, del que depende la D. G. de Comercio, institución que también fue consultada para la elaboración de este plan de estudios. Además, como ya se ha indicado, es el único título de grado que cuenta con una moción del Senado de España instando al Gobierno a poner en marcha los estudios de Comercio. Concretamente, la Comisión de Educación y Ciencia del Senado aprobó el 19 Junio de 2006 una moción instando al Gobierno a que el Ministerio de Educación y Ciencia estableciera, dentro del nuevo mapa de titulaciones adaptado al Espacio Europeo de Educación Superior, la creación de un Grado en Comercio.

(ver <http://www.senado.es/legis8/expedientes/661/impresion/661000328.html>, nº de expediente 661/000328).

En definitiva, la Universidad Pública no puede permanecer ajena a una titulación, como es la referida al Comercio, cuando es solicitada amplia y frecuentemente en el mercado laboral, y su implantación ha sido demandada tanto por las empresas como por instituciones públicas y privadas. Además, se debe constatar que la demanda de este tipo de formación, hasta estos momentos, ha sido atendida por centros privados (Escuelas de Negocios) o instituciones públicas no universitarias, con notable éxito. En el artículo periodístico que se expone a continuación, se refleja la importancia que tienen este tipo de profesionales para las empresas y la falta de carreras oficiales que cubren hasta el momento esta demanda. En el mismo, se puede

comprobar cómo las universidades privadas se han dado cuenta de estas carencias y están ofertando títulos oficiales similares, ante la gran demanda que existe en el mercado. Desde la EUEE de toda España pensamos que la Universidad Pública debe tratar de ofertar también este tipo de carreras, muy demandadas por los alumnos y por las empresas, que reiteradamente manifiestan la falta de profesionales cualificados que en este ámbito existe en España.

EL MUNDO / AÑO XXI / Nº 81 / DOMINGO 31 DE MAYO DE 2009 MERCADOS 47

>> ESPECIAL MARKETING

> FORMACIÓN SUPERIOR

El futuro del mercadeo

El márketing y la gestión comercial ganan peso en las empresas, pero hasta ahora no existían carreras oficiales en las que formar a sus profesionales. Durante el presente curso, estas disciplinas se han graduado por fin. Por **Quique Rodríguez**

Márketing, mercadotecnia, mercadeo... según el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, «conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda». En una economía de libre mercado basada en el consumo a nadie se le escapa ya la importancia que este departamento ha ganado en las empresas, especialmente en algunos sectores muy ligados a las ventas.

Paralelamente, las posibilidades de carrera profesional y el prestigio social de los especialistas en estas áreas también ha avanzado a marchas forzadas. La mayor parte de la oferta de empleo existente en los últimos años de bonanza económica se ha dirigido precisamente a los profesionales de la gestión comercial, de las ventas y del márketing.

Pero España no ha destacado por una especial vocación hacia estas actividades y las compañías han tenido serias dificultades para cubrir sus necesidades de personal. Ahora, en un momento de dificultades económicas, un reciente estudio concluye que el papel de estos profesionales cobra aún mayor relevancia para superar la situación de crisis.



Universidad

Pero, a pesar de ello, los estudios de márketing y gestión comercial en nuestro país no habían tenido nunca la consideración de titulación oficial universitaria. Los profesionales que recalaban en estas áreas procedían generalmente de las carreras de Administración y Dirección de Empresas, de Publicidad y Relaciones Públicas o de Ciencias Empresariales.

Si existía, por contra, una amplia oferta de estudios especializados en márketing y en gestión comercial, pero no eran títulos oficiales de rango universitario, sino titulaciones privadas otorgadas por las propias instituciones educativas y una extensa lista de cursos de posgrado que permitía la orientación hacia este ámbito de los profesionales ya en activo.

Las escuelas de negocios e incluso los centros de posgrado de las propias universidades, han desarrollado en los últimos años un amplio espectro de programas de márketing y dirección comercial que tienen la consideración de títulos propios de posgrado otorgados por los propios centros de formación.

Hasta que llegó Bolonia. La renovación de los planes de estudio que ha provocado la adaptación de las anteriores licenciaturas y diplomaturas del sistema universitario a los nuevos títulos de grado ha supuesto también la oportunidad de aprobar nuevas titulaciones que reconocen algunas materias muy asentadas pero que no tenían vida universitaria oficial hasta ahora. Lo mismo ha sucedido con otras disciplinas empresariales, como, por ejemplo, la gestión de recursos humanos.

SIGUE EN PAGINA 48

La irrupción en Internet de fenómenos como Google está revolucionando las reglas del márketing y la publicidad tradicional. / AP

El Mundo, 31/05/2009

48 MERCADOS EL MUNDO / AÑO XXI / Nº 81 / DOMINGO 31 DE MAYO DE 2009

>> ESPECIAL MARKETING

VIENE DE PAGINA 47
Es de suponer que a partir de ahora los estudios de posgrado servirán, al modo del sistema anglosajón, para especializarse en determinadas parcelas del marketing, las ventas y la gestión comercial, una vez superada su función anterior de cubrir la carencia de estudios universitarios en estas ramas.

Nuevos títulos
Así, desde el curso académico 2008-2009, el primero en el que han comenzado a impartirse en España los nuevos títulos de grado de cuatro años adaptados al Espacio Europeo de Educación

Las titulaciones universitarias de marketing y dirección comercial ya son oficiales

Los posgrados se orientarán a la especialización de los profesionales en activo

Superior, han surgido planes de estudio dirigidos a los futuros profesionales de estas áreas. Y, como suele ser habitual, las instituciones privadas han sido las más rápidas.
Por ejemplo, la Facultad de las Artes y las Letras de la Universidad Antonio de Nebrija ha creado el Grado en Lenguas aplicadas a la comunicación y al marketing, que se ofrece en castellano, pero también en modalidad bilingüe español-inglés, y cuyo tercer curso puede seguirse en una universidad de Estados Unidos, Canadá, Irlanda o Reino Unido para contar con una perspectiva internacional en un país anglosajón, donde estos estudios cuentan con una tradición mayor.
La Universidad Camilo José Cela ofrece el título de Grado en Desarrollo, gestión comercial y estrategias de mercado-marketing, de cuatro años de duración, que puede cursarse con otro programa para obtener una doble titulación en cinco años, junto a Administración y dirección de empresas o a Dirección financiera y contabilidad.
Por su parte, la Universidad Europea de Madrid ofrece varias titulaciones, como el Doble Gra-

Plan de estudios del Grado de Marketing



• Primer Curso: 75 créditos

Primer Cuatrimestre	30
Inglés I	6
Historia de las Instituciones Españolas	6
Derecho I: Derecho Civil	4,5
Introducción a la Empresa I	4,5
Fundamentos de Marketing y Comunicación I	4,5
Matemáticas Empresariales	4,5
Técnicas de Expresión Empresarial	3
Dirección de Equipos	3

Segundo Cuatrimestre 30

Hª Económica y de las Inst. Comerciales	6
Informática aplicada al Marketing	6
Derecho II: Derecho Mercantil	4,5
Introducción a la Empresa II	4,5
Fundamentos de Marketing y Comunicación II	4,5
Estadística Empresarial I	4,5
Inglés II	6
Tecnologías Multimedia	3

Tercer Curso: 67,5 créditos

Primer Cuatrimestre	33
Política de Comunicación	6
Política de Producto	6
Investigación de Mercados I	4,5
Dirección de Ventas	4,5
Marketing y Gestión de la Calidad	4,5
Métodos de Decisión Empresarial	4,5
Negociación	3

Segundo Cuatrimestre 34,5

Política de Distribución	6
Política de Precios y Costes	6
Investigación de Mercados II	4,5
Técnicas de Negociación Comercial	4,5
Dirección de Producción	4,5
Marketing Relacional, Directo e Interactivo	4,5
Iniciativa Emprendedora	4,5

• Segundo Curso: 75 créditos

Primer Cuatrimestre	39
Sociología de la Empresa	6
Economía I: Microeconomía	4,5
Psicología aplicada al Marketing	4,5
Contabilidad Financiera	4,5
Decisiones de Inversión y Financiación	4,5
Estadística Empresarial II	6
Inglés III	6
Informática II	3

Segunda Cuatrimestre 36

Economía II: Microeconomía	4,5
Marketing y RSC	6
Comportamiento del Consumidor	4,5
Planificación y Gestión Financiera	4,5
Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	4,5
Dirección Estratégica	6
Inglés IV	6

• Cuarto Curso: 62,5 créditos

Anual	
Prácticas Externas	24
Proyecto Fin de Grado	6

Primer Cuatrimestre 34,5

Plan de Marketing	6
Marketing Global e Internacional	6
Marketing Sectorial	6
Análisis y Prevención de Ventas	6
Seminarios de Informática	6
Ética Empresarial	4,5

Segunda Cuatrimestre 18

Negociación Intercultural	3
Modelos de Toma de Decisiones	3
Creatividad e Innovación	3
Liderazgo y Estilos de Dirección	3
Gestión de la Calidad	3
Gestión de Proyectos Empresariales	3

FUENTE: ESIC Business and Marketing School. Yolanda Clemente / EL MUNDO

Una obligada graduación en tecnologías

El profesional del marketing, la gestión comercial y las ventas del futuro tendrá que dominar, entre otras cuestiones, las nuevas tecnologías de la información que están revolucionando las formas de comunicación y por tanto están reinventando las reglas de la mercadotecnia y la publicidad. Así, ha comenzado a surgir algún programa de posgrado enfocado a la especialización de estos profesionales en el ámbito de las TIC.

Como ejemplo, ADM Business School impartirá a partir del próximo curso académico que comenzará en octubre un nuevo Máster en marketing, nuevas tecnologías y ventas. Un programa que a lo largo de diez meses abordará, en sus 700 horas de clases, los últimos conocimientos del marketing y las ventas con la aplicación real y práctica en el trabajo de estos especialistas de las nuevas tecnologías, como Internet, la televisión digital, la telefonía móvil, el GPS, el CRM, etcétera, que van a seguir transformando la sociedad, los negocios y la economía.

Este nuevo programa incluye en su metodología varias iniciativas innovadoras, como el trabajo en equipo que los participantes tendrán que desarrollar en un proyecto 'in company' para resolver un problema real de una empresa, principalmente del sector tecnológico, a lo largo de ocho semanas.

La puesta en marcha del Instituto de Marketing Solidario permitirá también a los alumnos trabajar durante todo el programa en departamentos de marketing de organizaciones no gubernamentales (ONG). Y para perfeccionar las habilidades directivas de los participantes se ha diseñado la Semana del Liderazgo. Durante los primeros siete días de sesiones se entrenarán las capacidades de comunicación, de gestión de las personas, la automotivación, y la creatividad, entre otras.

Es una institución muy orientada hacia estas disciplinas desde sus orígenes. De hecho, recientemente ha decidido incorporar el marketing incluso al propio nombre del centro.

Esta escuela, como centro adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos, ofrece en su campus de Madrid el Grado oficial en Marketing y varias dobles titulaciones: el Grado oficial en Marketing junto al programa de Titulado superior en dirección comercial, el Grado oficial en Administración y dirección de empresas junto al Titulado superior en dirección de marketing y gestión comercial, y el Grado oficial en Publicidad y relaciones públicas junto al Titulado superior en marketing.

El Mundo, 31/05/2009

A todo lo anterior, se podemos añadir otros cuatro aspectos que abundan todavía más en el interés académico del título:

En primer lugar, se ha podido comprobar como dentro del marco general de la enseñanza española existen antecedentes que identifican el Comercio como un ámbito específico y en algún caso lo diferencia de forma explícita de la Administración de Empresas.

Por una parte el Real Decreto 1834/2008 de 8 de noviembre BOE de 28 del 11 del 2008 (así como en su antecedente de 1994) que clasifica las categorías de las tipologías de profesores de enseñanzas secundarias, diferencia de forma explícita las siguientes:

- Administración de Empresas
- Organización y Gestión Comercial



Como podemos ver a la luz de este Real Decreto, estas dos categorías son independientes y se recogen al mismo nivel de otras vinculadas a disciplinas tradicionales como Geografía e Historia, Inglés, Matemáticas, Biología-Geología, etc.

En cuanto a las enseñanzas de Formación Profesional, estructuradas en función del Catálogo Nacional de Familias Profesionales recogida en la Ley Orgánica 5/2002 de 19 de junio de BOE 20 de junio de 2002, aparecen las siguientes dos familias por separado, aportándole entidad propia a cada una de ellas:

- Administración y Gestión
- Comercio y Marketing

El desarrollo de cada una de ellas ha originado un conjunto de títulos de formación profesional de grado medio y superior diferentes tal y como se puede apreciar en sus contenidos.

En la Enseñanza Secundaria, el área de conocimiento de la Gestión Comercial es estudiada de forma independiente académicamente en la rama de Ciencias Sociales del Bachillerato donde se recogen las siguientes asignaturas:

- Economía,
- Economía y Organización de Empresas.

Dentro de esta última asignatura hay un capítulo dedicado a “La función comercial de la empresa” que recoge los siguientes contenidos:

- Concepto y Clases de Mercado.
- Técnicas de Investigación de Mercados.
- Análisis del Consumidor e Investigación de Mercados.
- Variables del Marketing-Mix y elaboración de Estrategias.
- Estrategias de Marketing y Ética Empresarial.
- Aplicación al Marketing de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC’s).

(Ver RRDD 1467/2007, de 2 de noviembre de BOE de 6 de noviembre, por el que se establece la estructura del bachillerato y se fijan sus enseñanzas mínimas).

Los casos anteriores nos permiten confirmar el interés académico de la disciplina desde la enseñanza secundaria, tanto en su vertiente de bachillerato como en la de formación profesional. Este hecho ofrece una idea clara de cómo la Administración del Estado está incorporando la disciplina objeto del Grado que aquí se propone de forma diferenciada de otras disciplinas como la Dirección y la Administración de Empresas.

En segundo lugar, el interés académico se pone igualmente de manifiesto en la amplia tradición académica de esta disciplina relatada, en su aspecto histórico, en la introducción a este apartado, y suficientemente contrastada por centros de formación privados con larga andadura en la formación de la misma, entre los que podemos citar: la Escuela Superior de Investigación Comercial (http://www.esic.es/institucion_mision.asp) que desde 1965 ofrece un Grado de cuatro años de duración denominado “Marketing y Gestión Comercial”; o la Escuela Superior de Comercio y Distribución de Tarrasa creada en el año 2000 y que, desde esa fecha, ofrece el Graduado en Dirección Comercial y Distribución (<http://www.escodi.com>).

En tercer lugar, hay que destacar la gran producción de material bibliográfico de corte académico que se ha desarrollado a lo largo de la historia y que pone de manifiesto el gran volumen de conocimientos que se ha ido creando y que sigue su evolución en la actualidad. Aunque es complicada su cuantificación, en una consulta de los Fondos Bibliográficos de la Universidad Complutense de Madrid (<http://www.ucm.es/BUCEM>),



no hemos querido mirar nuestros propios fondos no estuvieran sesgado por nuestro interés en esta materia, aparecen 8.285 referencias con la palabra clave “Comercio”, frente a 3.247 referencias si introducimos la palabra clave “Finanzas”, o las 5.192 de la palabra “Contabilidad”, o las 1.683 si buscamos las palabras “Organización de Empresas”, lo que puede ser un buen indicio del peso que el área comercial tiene en la literatura.

En cuarto y último lugar, consideramos que este Grado es necesario porque está asociado a conocimientos y habilidades, así como a actividades profesionales no contempladas en los títulos existentes en la actualidad. El Grado en Dirección y Administración de Empresas, aunque contempla una especialización en Marketing, no incluye la mayor parte de los contenidos recogidos en los Módulos de Marketing y Comunicación, Herramientas Instrumentales y Nuevas Tecnologías y Gestión Integral de Empresas Comerciales que nosotros proponemos. A modo de ejemplo, se pueden citar los siguientes:

- Gestión Logística
- Gestión de Ventas
- Negociación Comercial
- Comercio electrónico
- Marketing Directo
- Marketing de Relaciones
- Política de Productos y Servicios
- Merchandising y Gestión de Categorías
- Marketing Organizacional
- Informática aplicada a la Gestión Comercial
- Lengua extranjera para la Gestión Comercial (oferta de Inglés, Francés y Alemán)
- Lengua extranjera para la Negociación Comercial Internacional (oferta de Inglés, Francés y Alemán)
- Funcionamiento y control de sucursales
- Creación y Gestión de Bases de Datos de Clientes
- Manejo de un CRM
- Gestión de Compras e Inventarios
- Fuerza de Ventas

Estos contenidos desarrollarán competencias que tienen como objetivo una serie de habilidades necesarias en una actividad profesional de amplio desarrollo y tradición como es la actividad comercial. Estas habilidades son múltiples, pero podemos citar como más significativas:

- La negociación comercial
- La habilidad de comunicación en entornos de comercio internacionales en su propia lengua o en lenguas extranjeras
- La capacidad de gestionar equipos de ventas y territorios comerciales
- La habilidad para gestionar bases de datos de clientes
- Capacidad para fidelizar y retener clientes de forma sostenible para la empresa

Como consecuencia de todo lo anterior, el Grado en Comercio de la Universidad de Valladolid ofrece una **enseñanza pública universitaria centrada en esta área de conocimiento.**



Justificación Científica

La importancia del sector comercial en la actividad económica es evidente. El Comercio ha sido un factor decisivo de desarrollo a través de la historia y, en nuestros días, la relevancia es aún mayor con los procesos de integración y globalización de las economías.

El comercio constituye la mayor parte de los fenómenos sujetos a investigación económica. En este sentido, la finalidad del estudio analítico de la actividad comercial es el suministro de un conjunto de principios con arreglo a los cuales puedan seleccionarse e interpretarse determinados hechos. Estos suceden tanto en un ámbito general, es decir, en la macroeconomía, donde tiene especial relieve el comercio internacional, como en el comportamiento de la empresa.

La empresa produce para vender, y tal como el proceso productivo exige un análisis de la asignación de los medios de producción para conseguir la mayor eficiencia y un tratamiento de los costes, también es necesario saber dar salida al producto mediante un estudio de los diferentes mercados. A este respecto, el conocimiento de la organización, la administración, la negociación, la previsión y la investigación comerciales, las técnicas y los equipos de ventas de las empresas comerciales, las relaciones fabricante-distribuidor, la selección de franquicias, los mercados exteriores y las técnicas de comercio exterior, en resumen, la mercadotecnia, el micromarketing, el marketing relacional y promocional, el trade marketing, el marketing a través de Internet, etc., son materias que precisan de un conocimiento científico propio y, por tanto, desgajado del ámbito de la economía general y de la gestión de la empresa en particular. De este modo, la realidad económica en el aspecto comercial está experimentando un desarrollo científico muy elevado que, en parte, viene motivado por las nuevas tecnologías.

En lo que se refiere al comercio internacional, su importancia radica en su crecimiento, más rápido que el de la renta mundial, de manera que se ha considerado como “el motor del crecimiento”, pues existe una evidente relación dinámica entre crecimiento y apertura de las economías al exterior. Los problemas que se presentan son especiales dentro de la ciencia económica, obligando a considerar un número de variables mayor que en otros campos de la Economía. De ahí la necesidad de una especial atención a esta rama de la Economía.

Justificación Profesional

El Comercio como sector prioritario de la actividad económica abarca un amplio campo, cuya delimitación debe estar en consonancia con las principales figuras profesionales, de manera que respondan a los perfiles profesionales propios del Título de Grado de Comercio.

A tal fin, nos hemos dirigido a prestigiosos docentes universitarios especializados en cuestiones de comercio y marketing, a responsables del área comercial de la empresa privada para recibir la pertinente información basada en sus experiencias, a organismos oficiales y asociaciones de empresarios referidos al comercio para igualmente conocer sus opiniones sobre los perfiles profesionales en relación con las enseñanzas y, finalmente, se ha requerido información sobre la organización y las enseñanzas de Comercio en países de nuestro entorno que integrarán el Espacio Europeo de Educación Superior.

Se trata, por consiguiente, de adaptar la estructura de las enseñanzas correspondientes al Grado de Comercio a los perfiles profesionales propios de los futuros graduados. En este sentido, parece conveniente fijar primero los criterios que rigen la elaboración del contenido de las enseñanzas y, después, delimitar los



diversos campos de conocimiento que inciden en mayor o menor medida en la debida formación profesional de los titulados.

La amplitud del sector comercial obliga a diferenciar las prácticas comerciales de las figuras profesionales, para así evitar un posible confucionismo, dadas las interrelaciones entre unas y otras. En otros términos, la diferenciación citada correspondería con una segmentación horizontal en el caso de las prácticas comerciales y una segmentación vertical al tratar de las figuras profesionales.

La variedad de las prácticas comerciales exige, por un lado, elaborar planes comerciales a corto, medio y largo plazo, definir objetivos comerciales, diseñar políticas y estrategias, confeccionar presupuestos, realizar estudios de mercado, formar la cartera de clientes y la atención a los mismos. Por otro lado, una labor de gestión y control, tales como la gestión de grandes cuentas, de almacenamiento, control de contratos y subcontratos, etc. Es preciso desglosar todas estas actividades en forma sistematizada para imputarlas después a las competencias a las que se refieren los objetivos de la titulación, así como a los perfiles profesionales.

Se trata, por tanto, de establecer determinados subsectores que presenten cierta homogeneidad y que, dentro de su variedad, hagan posible su análisis. Sólo a título de ejemplo, tenemos la Ley 7/1966 de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (modificada por la Ley 55/1999 de 29 de diciembre) que divide las prácticas comerciales en dos grandes apartados: actividades de promoción de ventas y ventas especiales. En el primer apartado se incluyen las ventas multinivel, en pirámide, en rebajas, de promoción, de saldos, en liquidación, con obsequios y la venta de oferta directa. El segundo apartado comprende las ventas a distancia, automática, ambulante y en pública subasta. Además de las anteriores modalidades, es preciso añadir las ventas fuera del establecimiento mercantil (a domicilio), a plazos, con descuento, aplazadas y la venta ocasional. Todos estos tipos de ventas precisan de unas estrategias y de unas técnicas que en ocasiones coinciden y en otras están totalmente diferenciadas.

A los efectos de una mayor homogeneidad, tal como indicábamos anteriormente, presentaremos las diferentes actividades en varios ámbitos relativos a la planificación y control comercial, a los mercados y productos, a los consumidores, a las ventas, a la comunicación y a la logística y distribución.

1) Planificación y control comercial

Las actividades a desarrollar dentro de este ámbito se refieren a:

- Planificación comercial a corto, medio y largo plazo: la estrategia
- Dirección y coordinación de acciones comerciales
- Diseño de políticas y procedimientos de apoyo a la estrategia
- Creatividad en marketing
- Presupuesto comercial
- Control de acción comercial



2) Mercados y productos

Las actividades a desarrollar en este ámbito serían:

- Estudios de mercado
- Gestión operativa y documental del comercio
- Nuevos productos
- Desarrollo de la marca
- Captación de nuevas oportunidades de negocios
- Estudios del entorno
- Segmentación del mercado y acciones comerciales
- Estudio de márgenes por producto y canal

3) Consumidores

Las actividades a desarrollar en lo referente a los clientes o consumidores son:

- Marketing de fidelización
- Mantenimiento de la cartera de clientes
- Gestión de grandes cuentas y clientes-llave
- Gestión comercial con clientes
- Captación de clientes: estrategias
- Atención al cliente
- Asesoramiento técnico al cliente
- Implicaciones técnicas y organizativas de orientación al cliente
- Forma de medición de la calidad del servicio
- Información y seguimiento de los estudios de los clientes
- Definición de la estrategia por canal / cliente
- Control de altas y bajas
- Comportamiento del consumidor

4) Ventas

Dentro de este ámbito, las actividades a desarrollar se refieren a:

- La informática en las ventas
- Reclutamiento y formación de vendedores
- Dirección de red comercial
- Liderazgo y venta estratégica
- Psicología y técnicas de venta
- Promoción de ventas
- Organización de ventas
- Negociación y cierre de operaciones



- Actividades de posventa
- Entrevista de ventas
- Supervisión del equipo de vendedores
- Predicciones de ventas
- Productividad de ventas
- Implantación y gestión del punto de venta

5) Comunicación

En el ámbito de la comunicación, las actividades serían:

- Política de comunicación de la empresa
- Conocimiento de herramientas tecnológicas con vistas al cliente
- Imagen interna y externa de la empresa
- Estrategias de comunicación

6) Logística y distribución

Se desarrollarán en este ámbito las siguientes actividades:

- Redes comerciales
- Política de compras
- Gestión de existencias
- Almacenaje
- Diseño del canal de distribución
- Transportes

En cuanto al COMERCIO EXTERIOR, conviene hacer una referencia diferenciada sobre el mismo, como un subsector del comercio, por la importancia que tiene para el conjunto de la Economía. En este subsector las actividades son también muy diversas, lo que obliga a diferenciarlas siguiendo un determinado orden para conocer mejor el uso de las distintas técnicas que se aplican a esta rama del Comercio.

a) Actividades relativas a la penetración de los mercados

- Información y selección de los mercados exteriores
- Contactos directos con los mercados seleccionados
- Características y posibilidades en cada mercado seleccionado
- Estrategia en cada mercado seleccionado
- Comercialización del producto
- Selección de circuitos de distribución
- Posibilidades de asociación para la penetración en el mercado



b) Actividades relativas a la contratación

- La oferta de mercancías: en firme y condicionada
- La formalización del contrato
- Los Incoterms
- Las condiciones de pago
- El incumplimiento del contrato
- El pedido
- La factura

c) Actividades relativas al transporte

- El transporte terrestre: ferrocarril y carretera
- El transporte marítimo
- El transporte aéreo
- El seguro en el transporte

d) Actividades sobre el envase y el embalaje

e) Análisis de barreras comerciales

f) Actividades sobre importaciones

- La Declaración de Despacho
- Los depósitos francos
- La tramitación de las importaciones

g) Actividades sobre exportaciones

- Los registros de exportadores
- Tramitación de exportaciones
- Factoring en la exportación
- Inspección y control de calidad

h) El arbitraje en las operaciones del comercio internacional

En cuanto a los diversos PUESTOS A DESEMPEÑAR a tenor de las actividades acabadas de recoger, es decir, lo que sería una segmentación de tipo vertical, es lógico que se desarrolle a diferentes niveles en el marco de la empresa o de un organismo público, siendo distintas las competencias y los conocimientos requeridos. De ahí la posibilidad de abrir una segunda vía para unos estudios de postgrado.



A la vista de lo anterior, los puestos de trabajo que podrían desarrollar nuestros alumnos abarcan un espectro muy amplio, en el que cabría destacar los siguientes:

- Director comercial
- Director de marketing
- Director de ventas
- Director de producto
- Jefes de áreas de distribución
- Jefe de sección comercial
- Jefe de grandes cuentas
- Jefe de expansión
- Delegados comerciales
- Técnicos comerciales
- Ejecutivos comerciales
- Ejecutivos de ventas
- Ejecutivos de grandes cuentas
- Gestor de cuentas
- Técnicos de posventas
- Responsables de merchandising
- Comerciales en general
- Agentes comerciales.

Así pues, como es fácil deducir de las prácticas y perfiles que acabamos de exponer, los efectos profesionales vinculados al Grado en Comercio se derivan de la importancia de este sector en la actividad económica. El desarrollo y el conocimiento de los mercados exigen estar en posesión de una preparación que permita abordar todo el campo del tráfico mercantil. En este sentido, los sujetos de la actividad mercantil (empresas comerciales), los instrumentos utilizados para el desempeño de dicha actividad teniendo presente las nuevas tecnologías y la complejidad de las relaciones comerciales, hacen necesario disponer de personas especialmente capacitadas para el desempeño de unas profesiones que insistentemente demanda el mercado laboral. Así, es fácil comprobar las peticiones de empresas en general para puestos de departamentos comerciales, de marketing, de relaciones con clientes, etc. y, por supuesto, de los diversos puestos en las empresas propiamente comerciales.

A lo anterior, debe añadirse la necesidad de disponer de un personal especialmente capacitado encargado de realizar las funciones dentro del marco internacional, ya que la apertura, cada vez mayor, de las economías nacionales al exterior y, consiguientemente, la posibilidad de acudir a los mercados extranjeros, obliga a contar con personas idóneas para ejercer esas actividades.

Los datos disponibles sobre la oferta de empleo que realizan las empresas ponen de manifiesto la necesidad que tienen de este tipo de profesionales. En los informes que periódicamente realiza Infoempleo, se puede comprobar que las empresas demandan trabajadores, sobre todo, en dos áreas funcionales: Producción y Comercial, turnándose ambas en el primer puesto dependiendo de la coyuntura económica. En todo caso, desde el 2005 el área comercial supone por sí sola más del 25 por ciento de las ofertas de empleo que realizan las empresas españolas.

Figura 1: Oferta de Empleo por áreas funcionales en las empresas españolas. 2002-2006

Áreas funcionales	Porcentaje sobre el total de Ofertas	
	España 2003-2004	España 2002-2003
Comercial y Marketing	24,85%	21,67%
Producción	21,03%	21,37%
Servicios Generales	7,56%	9,31%
Administración y Finanzas	4,76%	5,84%
Atención al Cliente	3,99%	3,64%
Informática	2,42%	3,16%
Recursos Humanos	2,30%	2,41%
Marketing	2,05%	2,25%
Dirección General	3,32%	2,12%
Calidad	1,16%	1,60%
Asesoría Jurídica	0,93%	0,88%
Compras	0,85%	0,82%
Exportación	0,67%	0,86%
Comunicación	0,36%	0,37%
Auditoría	0,36%	0,31%
Organización	0,30%	0,38%
Sin especificar	23,09%	23,02%

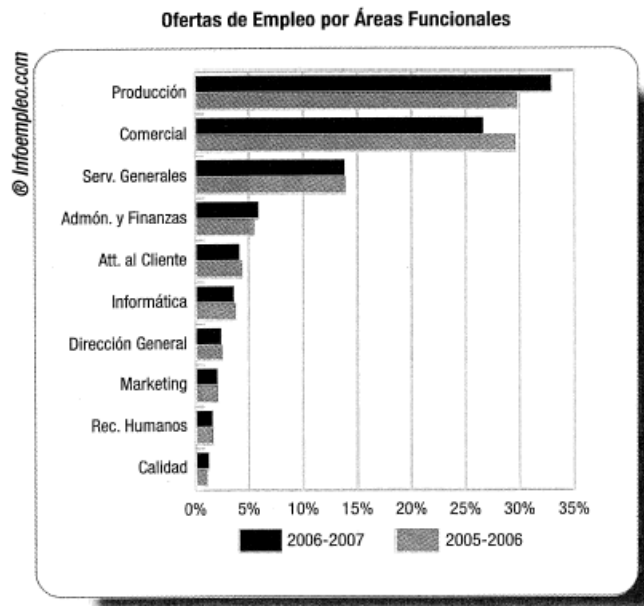
© Infoempleo.com

	Porcentaje sobre el total de Ofertas	
	España 2006-07	España 2005-06
Producción	32,89%	29,77%
Comercial	26,61%	29,63%
Servicios Generales	13,81%	13,91%
Administración y Finanzas	5,87%	5,50%
Atención al Cliente	4,10%	4,33%
Informática	3,57%	3,74%
Dirección General	2,37%	2,46%
Marketing	2,03%	2,08%
Recursos Humanos	1,59%	1,63%
Calidad	1,23%	1,08%
Asesoría Jurídica	1,14%	1,07%
Compras	0,79%	0,74%
Organización	0,69%	0,66%
Exportación	0,52%	0,58%
Auditoría	0,42%	0,44%
Comunicación	0,40%	0,41%
Sin especificar	1,96%	1,97%

© Infoempleo.com

Fuente: Informe Infoempleo 2007

Figura 2: Oferta de Empleo por áreas funcionales en las empresas españolas. 2005-2006



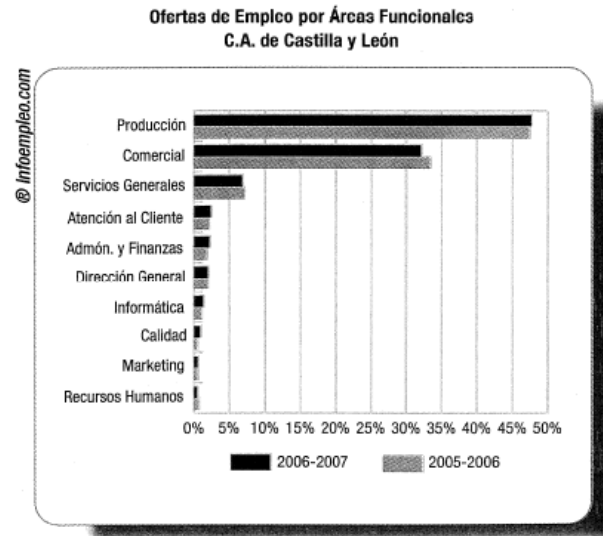
Fuente: Informe Infoempleo 2007

El informe de Infoempleo referido a 2007 también pone de manifiesto las necesidades que tienen las empresas de Castilla y León dentro de sus respectivas áreas comerciales. En el periodo comprendido entre los años 2006 y 2007, el porcentaje de ofertas de empleo referidas al área comercial se situó por encima del 30 por ciento, sólo por debajo del área de producción y a gran distancia del resto de áreas funcionales de la empresa.

Figura 3: Ofertas de empleo por áreas funcionales en la C. A. de Castilla y León

	% sobre el total de Ofertas		
	Cast. y León 2006-07	Cast. y León 2005-06	España 2006-07
Producción	47,85%	47,55%	32,89%
Comercial	32,24%	33,51%	26,61%
Servicios Generales	6,98%	7,24%	13,81%
Atención al Cliente	2,54%	2,22%	5,87%
Admón. y Finanzas	2,34%	1,94%	4,10%
Dirección General	2,11%	2,09%	2,37%
Informática	1,47%	1,19%	3,57%
Calidad	1,05%	0,61%	1,23%
Marketing	0,70%	0,70%	2,03%
Recursos Humanos	0,62%	0,78%	1,59%
Otras áreas	1,36%	1,26%	3,97%
Sin especificar	0,74%	0,91%	1,96%

© Infoempleo.com



Fuente: Informe Infoempleo 2007

Todos estos datos ponen de manifiesto que existe una gran demanda de personal formado para trabajar en el área comercial de las empresas. Realidad que, además, la E. U. de Estudios Empresariales de Valladolid ha podido constatar directamente cuando ha pedido asesoramiento externo para la elaboración del plan de estudio de este Grado a grandes empresas de la distribución como El Corte Inglés, a través de su Director de Relaciones Externas para Castilla y León, D. José Antonio Lobato, o Carrefour a través de su jefe de recursos humanos en Castilla y León, D. Carlos Cid. Ambas empresas han mostrado un gran interés por el desarrollo de este tipo de estudios dado que vienen padeciendo desde hace años la falta de profesionales con formación específica en este sector.

Finalmente, en el Catálogo de Cualificaciones Profesionales existe una familia profesional de Comercio y Marketing con competencias específicas reconocidas, que encontrarían en esta titulación su continuidad como estudios universitarios de Grado. Además, dicha titulación responde a las expectativas de los Colegios Profesionales de Titulados Mercantiles y Empresariales, los Colegios de Agentes Comerciales y de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación.



2.2 Referentes externos.

Referentes internos y externos a la Universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales o internacionales para Títulos de similares características académicas.

En lo que respecta a los referentes internos, manifestamos que con el Grado en Comercio la E. U. de Estudios Empresariales de Valladolid retorna, en cierto modo, a su origen, dado que fue fundada en 1887 como Escuela de Comercio, y en ella se impartieron durante décadas estudios elementales y superiores de Comercio. No obstante, hay que poner de manifiesto que el plan de estudios que presentamos tiene poco que ver con aquél que desapareció en la década de los 70 del siglo XX. Ahora se trata de ofrecer unos estudios de Comercio adaptados a la realidad comercial de las empresas del siglo XXI, similares a los que ofrecen las *Écoles de Commerce* francesas y los College of Commerce anglosajones.

Actualmente, en el ámbito nacional se vienen impartiendo desde hace tiempo y con notable éxito, por instituciones públicas y entidades privadas, enseñanzas correspondientes a la gestión comercial y al marketing; éxito tanto en el número de estudiantes que las cursan como en las facilidades para acceder al mercado laboral.

Dentro de la última reforma que se realizó de la Formación Profesional, se crearon dos títulos relacionados con la actividad comercial de la empresa, uno de grado medio, Comercio y Marketing y otro de grado superior, Gestión Comercial y Marketing. En estos momentos son dos títulos que tienen una notable demanda. Es evidente que no son estudios de grado, pero sirven como referente a la hora de analizar las tendencias del mercado, dado que la Formación Profesional trata de adaptarse a la demanda de las empresas. Además, los alumnos que cursan estos ciclos son una demanda potencial para el futuro Grado de Comercio, dado que representará una continuidad de sus estudios. Hasta la implantación de los nuevos grados, no se ofrecía ninguna titulación en la Universidad Pública que permitiera a estos alumnos incrementar su nivel de formación, lo que a su vez haría posible que pudieran aspirar a puestos directivos dentro de las organizaciones en las que desarrolla su actividad profesional.

Las únicas posibilidades que tienen para mejorar su formación en su ámbito profesional se las ofrecen las Universidades Privadas. La que más tradición y prestigio tiene es la ESIC Business & Marketing School o Escuela de Gestión Comercial y Marketing ESIC. Esta institución ofrece la Titulación Superior en Marketing y Gestión Comercial en sus campus de Madrid, Valencia, Zaragoza, Sevilla, Navarra y Barcelona. Se trata de una titulación propia que cuenta con un importante reconocimiento en el mundo de las empresas, tanto en el ámbito nacional como internacional. Esta reputación se traduce en convenios, intercambios y convalidaciones con Universidades y Escuelas de Negocios de otros países (EE.UU., Europa y Latinoamérica). Los alumnos pueden cursar los 3 primeros cursos en las sedes de Sevilla, Valencia, Zaragoza, Navarra y Barcelona y reciben a la finalización de los mismos la titulación de Diplomatura. Para acceder a la Licenciatura pueden realizar los 2 últimos cursos en la sede de Madrid.

En el ámbito público, aunque no oficial, cabe mencionar la labor desarrollada en este ámbito por la Universidad Autónoma de Barcelona que dispone de un título propio relacionado con el Comercio. Se denomina Graduado en Dirección de Comercio y Distribución, tiene una duración de tres años y su contenido se aproxima bastante al Grado en Comercio que se propone en esta memoria.



En conversaciones con las grandes empresas de la distribución comercial en España (El Corte Inglés, Carrefour, Leroy Merlin), una de las quejas más frecuentes es que la única cantera a escala nacional de personal específicamente formado para la distribución comercial es la que procede de ESIC.

Precisamente uno de los objetivos del futuro Grado de Comercio es ofrecer desde la Universidad Pública una alternativa de calidad a esta oferta privada, de forma que las empresas, tanto grandes como pequeñas, puedan contar con personas con un alto nivel de formación en el área comercial y en la logística de la empresa.

El interés por la formación en el campo comercial ha sido puesto de relieve por numerosas instituciones, agrupaciones de empresas y empresas en particular. Sirvan como muestra las siguientes:

- Agrupación Vallisoletana de Comercio (AVADECO)
- Asociación Española de Distribuciones, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS)
- Caja Duero
- Caja España
- Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid
- Cámara Oficial de Comercio e Industria de Valladolid
- Carrefour España
- Colegio Oficial de Titulados Mercantiles y Empresariales de Valladolid
- Confederación de Madrid-CEOE (CEIM)
- Confederación de Organizaciones Empresariales de Castilla y León (CECALE)
- Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES)
- Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP)
- Confederación General de la Pequeñas y Medianas Empresas del Estado Español (COPYME)
- Confederación Vallisoletana de Empresarios (CVE)
- Consejo Superior de Cámaras de Comercio
- Consejo Superior de Colegios Oficiales de Titulados Mercantiles y Empresariales de España
- El Corte Inglés
- EUROCOM
- EUROMADI Ibérica S.A.
- Federación de Comercio y Servicios de Valladolid (FECOSVA)
- Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)
- Grupo Cortefiel
- Grupo El Árbol
- Grupo IFA ESPAÑOLA S.A.



- Michelin
- Renault España
- Unión Detallistas Españoles S. Cooperativa (UNIDE)

Todas ellas consideran necesaria la existencia de una titulación de Grado de Comercio ante la carencia de una oferta educativa en el sistema universitario español, al tiempo que es requerida por la trascendencia social del comercio. La valoración positiva y el apoyo a su implantación es total, así como los deseos de colaboración en el proyecto (Véanse anexos I y V).

En el plano internacional, uno de los aspectos clave en el proceso de implantación de los Títulos de Grado es la existencia de estudios superiores asimilables en los países que participan en la articulación de Espacio Europeo de Educación Superior. A este respecto, el análisis de la situación de los estudios superiores de Comercio en los países que conformarán dicho Espacio permite afirmar no sólo que existen titulaciones afines a la que aquí se propone, sino que, además, los Títulos de Comercio están muy bien valorados en dichos países, en los que gozan de notable aceptación en términos de demanda tanto por parte del alumnado como por parte del mercado laboral.

Del análisis de la situación de estos estudios se desprende asimismo una clara diferenciación de los estudios oficiales de Comercio respecto a las titulaciones de Economía y Empresa, tanto por sus contenidos como por los perfiles profesionales que determinan y las necesidades sociales y empresariales a las que responden. En Francia, país con una larga y prestigiosa tradición en los Estudios Superiores de Comercio, existen diferentes titulaciones superiores de Comercio: Unas impartidas por las prestigiosas y cotizadas *Écoles de Commerce* y otras por los *Instituts Universitaires de Technologie (IUT)*, instituciones similares a las Escuelas Universitarias españolas. Estas últimas imparten una titulación de dos cursos, que no es equiparable al grado, pero sus alumnos pueden realizar un tercer curso que les permite acceder a las *Licenses Professionnelles en Commerce* impartidas por diversas Universidades públicas francesas, y que constituyen una primera adaptación de estos estudios al Espacio Europeo de Educación Superior. En Portugal existen también estudios universitarios de Comercio; concretamente varios *Bachelerato de Estudos Superiores de Comércio*, e incluso licenciaturas, como en la *Universidade do Minho*.

En Alemania existen Estudios Superiores de Comercio, con carácter más profesionalizado, impartidos por las *Fachhochschule*, que están llevando a cabo su proceso de adaptación y proyectan reconvertir algunas de sus actuales titulaciones en estudios de Comercio. Otros países participantes en el Espacio Europeo de Educación Superior, como Holanda e Irlanda, también pretenden incluir estudios de Comercio en su proceso de adaptación.

Por tanto, los estudios de Comercio tienen entidad y presencia en los países de nuestro entorno que participan en el proceso de articulación del Espacio Europeo de Educación Superior, por lo que resultaría paradójica, desde este punto de vista, la exclusión del Grado de Comercio en España.



Otros países ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior, pero que se encuentran próximos culturalmente a nosotros, o constituyen por diferentes motivos un referente importante en el panorama educativo, ofrecen también titulaciones superiores en Comercio, diferenciándose de las de Economía y Empresa. Es el caso de Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Argentina, México, etc.

Finalmente, se ha constituido la Red Europea de Comercio en la que participan diversas Universidades españolas a través de sus E. U. de Estudios Empresariales, Escuelas de Comercio e IUT franceses, además de Universidades italianas, portuguesas y holandesas. El objetivo de esta Red es coordinar las enseñanzas de Comercio y facilitar la movilidad de profesores y estudiantes.

Dentro de este apartado, se señalan también como referentes los planes de estudios de las diferentes Universidades españolas, europeas e internacionales que imparten títulos similares.

En cuanto a los **planes de estudios de Universidades españolas**, en la actualidad podemos encontrar tres titulaciones ya aprobadas:

- “Desarrollo, Gestión Comercial y Estrategias de Mercado–Marketing” en la Universidad Camilo José Cela.
- “Marketing y Dirección Comercial” en la Universidad Europea de Madrid.
- “Comercio” en la Universidad Complutense de Madrid.

Respecto al Grado en Desarrollo, Gestión Comercial y Estrategias de Mercado-Marketing que ofrece en la actualidad la Universidad Camilo José Cela que hemos mencionado anteriormente y que tiene un enfoque similar al nuestro podemos observar la coincidencia de gran cantidad de contenidos, a saber:

- Gestión de la calidad
- Comercio exterior
- Gestión de compra
- Inglés de negocios
- Marketing relacional y marketing directo
- Distribución comercial
- Publicidad y Relaciones Públicas
- Gestión de Ventas
- Política de Producto y Precios

El grado en Comercio que se va a impartir en la Universidad Complutense de Madrid, tienen un elevado grado de coincidencia con el que nosotros proponemos, en la medida en que ha sido elaborado en el seno de la misma red y, por tanto, tienen una raíz común.

Por lo que se refiere a instituciones privadas y públicas no universitarias, tal como hemos indicado anteriormente, estudios relacionados con la actividad comercial se vienen impartiendo con gran tradición en numerosos centros privados y en instituciones públicas. A título de ejemplo, podemos destacar:



- la Escuela de Comercio de la Cámara de Comercio de Madrid, con sus titulaciones Técnico en Gestión Comercial y Marketing y Técnico Diplomado en Comercio Internacional.

<http://www.camaramadrid.es>

Es una "iniciativa de la Cámara para recuperar en Madrid la antigua Escuela de Comercio que desapareció en 1970. Con ello, intentan responder a las demandas concretas de cualificación en materia de marketing, comercialización y gestión profesional que les reclaman los empresarios madrileños del sector Comercio".

- la Titulación en Marketing y Gestión Comercial y el Master en Gestión Comercial y Marketing en la Escuela Superior de Investigación Comercial (ESIC)

<http://www.esic.es>

El Grado en Marketing y Gestión Comercial del ESIC es uno de los que cuenta con una mayor tradición y solvencia. Si observamos su plan de estudios que se desarrolla en 4 cursos académicos encontramos contenidos como los que se citan a continuación y que han servido de una adecuada referencia para el Plan de Estudios que proponemos:

- Comportamiento del Consumidor
- Contabilidad
- Microeconomía
- Inglés
- Negociación Comercial I
- Estadística I
- Matemáticas para la Empresa
- Informática Aplicada al Marketing
- Investigación de Mercados
- El Grado en Dirección en Dirección Comercial y Distribución de la Escuela Superior de Comercio y Distribución de Tarrasa (ESCODI)

<http://www.escodi.com/indexEsp.htm>

La ESCODI viene ofreciendo el Grado en Dirección Comercial y Distribución desde el año 2000 con una gran demanda de estudiantes. Son unos estudios que le dan una gran importancia al mundo de la distribución comercial, lo que nos ha aportado un importante marco para el diseño de la materia relacionada con este contenido así como para el diseño de nuestras competencias.

Como ejemplo de planes de estudio en la Universidad Privada, se puede analizar el Grado de Marketing que pretende impartir ESIC Business and Marketing School, institución pionera en este tipo de estudios en España. Se trata de un grado que intenta formar un tipo de profesional que responde parcialmente al perfil que tratamos de formar con el Grado de Comercio. No hay una equivalencia exacta porque este grado está más especializado en el marketing, dejando de lado algunos aspectos relevantes de la gestión comercial que sí incluye el Grado de Comercio que aquí presentamos. El plan de estudios del Grado en Marketing de ESIC es el siguiente:



Tabla 1: Plan de Estudios del Grado en Marketing propuesto por ESIC

Primer Curso		ECTS	Segundo Curso		ECTS
Primer Cuatrimestre			Primer Cuatrimestre		
Inglés I		6	Sociología de la Empresa		6
Historia de las Instituciones Españolas		6	Economía I: Microeconomía		4,5
Derecho I: Derecho Civil		4,5	Psicología aplicada al Marketing		4,5
Introducción a la Empresa I		4,5	Contabilidad Financiera		4,5
Fundamentos de Marketing y Comunicación I		4,5	Decisiones de Inversión y Financiación		4,5
Matemáticas Empresariales		3	Estadística Empresarial II		6
Dirección de Equipos		3	Inglés III		6
Técnicas de Expresión Empresarial		3	Informática II		3
Segundo Cuatrimestre			Segundo Cuatrimestre		
Historia Económica y de las Instituciones Comerciales		6	Economía II: Macroeconomía		4,5
Informática aplicada al Marketing		6	Marketing y RSC		6
Derecho II: Derecho Mercantil		4,5	Comportamiento del Consumidor		4,5
Introducción a la Empresa II		4,5	Planificación y gestión financiera		4,5
Fundamentos del Marketing y de la Comunicación II		4,5	Derecho del Trabajo y la Seguridad Social		4,5
Estadística Empresarial I		4,5	Dirección Estratégica		6
Inglés II		6	Inglés IV		6
Tecnología Multimedia		3			
Tercer curso		Créditos	Cuarto Curso		Créditos
Primer Cuatrimestre			Anual		
Política de Comunicación		6	Prácticas Externas		24
Política de Producto		6	Proyecto Fin de Grado		6
Investigación de mercados I		4,5	Primer Cuatrimestre		
Dirección de Ventas		4,5	Plan de Marketing		6
Marketing y Gestión de Calidad		4,5	Marketing Global e Internacional		6
Métodos de Decisión Empresarial		4,5	Marketing Sectorial		6
Negociación		3	Análisis y Previsión de Ventas		6
			Seminarios de Informática		6
			Ética Empresarial		4,5
Segundo Cuatrimestre			Segundo Cuatrimestre		
Política de Distribución		6	Negociación Intercultural		3
Política de Precios y Costes		6	Modelo de Toma de Decisiones		3
Investigación de Mercados II		4,5	Creatividad e Innovación		3
Dirección de Producción		4,5	Liderazgo y Estilos de Dirección		3
Marketing Relacional, Directo e Interactivo		4,5	Gestión de Calidad		3
Iniciativa Emprendedora		4,5	Gestión de Proyectos Empresariales		3

Fuente: ESIC Business and Marketing School.

Del mismo modo se pueden analizar los planes de estudio de los referentes externos, es decir, aquellos grados o "bachelor" similares que se imparten en el resto del mundo. Sin ánimo de ser exhaustivos, se enumeran algunos centros y planes de estudios dedicados a las enseñanzas del Comercio, que ofrecen títulos equiparables al grado. Se comienza con una referencia a lo que ocurre en los países con los que las Escuelas de Empresariales españolas han colaborado más estrechamente para elaborar el Grado: Francia y Portugal.

FRANCIA

- ESC Amiens Picardie: École Supérieure de Commerce Amiens Picardie
- ESC Bordeaux: École Supérieure de Commerce de Bordeaux
- ESC Brest: École Supérieure de Commerce de Brest
- ESC Clermont: École Supérieure de Commerce de Clermont-Ferrand
- ESC Dijon-Bourgogne: École Supérieure de Commerce de Dijon



- ESC Grenoble: École Supérieure de Commerce de Grenoble
- ESC Le Havre: École Supérieure de Commerce de Havre
- ESC Lille: École Supérieure de Commerce de Lille
- ESC Marseille: École Supérieure de Commerce de Marseille
- ESC Montpellier: École Supérieure de Commerce de Montpellier <http://www.supdeco-montpellier.com/>. La Grand Ecole Supérieure de Commerce de Montpellier es una de las más importantes Escuelas Superiores de Comercio de Francia. En ella se imparte el Bachelor en Comercio que ha sido también un referente interesante por el gran prestigio de esta Gran Escuela.
- ESC Pau: École Supérieure de Commerce de Pau
- ESC Reims: École Supérieure de Commerce de Reims
- ESC Rennes: École Supérieure de Commerce de Rennes
- ESC Rouen: École Supérieure de Commerce de Rouen
- ESC Toulouse: École Supérieure de Commerce de Toulouse
- ESCM: École Supérieure de Commerce et de Management
- ESSCA: École Supérieure des Sciences Commerciales d'Angers
- EDHEC: École de Hautes Études Commerciales de Nord

PORTUGAL

- Universidad de Fernando Pessoa.
- Universidad de Aveiro.
- Instituto Politécnico de Setúbal-ESCE.
- Instituto Politécnico de Leiria-IPL .
- Instituto Politécnico de Tomar. En nuestro caso, ha resultado de especial interés su *Licenciatura em Gestão de Comércio e Serviços* por ser un enfoque muy parecido al del Grado por nosotros propuesto. Sobre todo nos ha inspirado su filosofía, que es capaz de diferenciar en enseñanzas distintas las diversas áreas funcionales de la empresa que, por sí mismas, son objeto de Grados independientes como podemos leer a continuación: “*A Escola Superior de Gestão de Tomar tem como principal missão formar gestores e outros quadros médios e superiores de empresas e outras organizações em áreas diversificadas, de acordo com os cursos que ministra: Gestão de Empresas; Gestão de Recursos Humanos e Comportamento Organizacional; Gestão de Comércio e Serviços; Gestão Turística e Cultural; Auditoria e Fiscalidade; Administração Pública*”. (<http://portal.esgt.ipt.pt/?script=escola>).

Cada uno de estos Centros tiene su propio plan de estudios; exponer todos ellos rebasaría con mucho el objeto de esta memoria. Sin embargo, sí creemos conveniente al menos analizar el contenido de uno de ellos para que se pueda comprobar el alto grado de similitud que existe entre sus bachelor y el Grado en Comercio que la E. U. de Estudios Empresariales de Valladolid pretende impartir. El ejemplo elegido es el plan de estudios del bachelor de la ESC de Bretaña Brest, institución con la que tenemos una fuerte relación desde hace años y que ha colaborado con nosotros en la confección de este grado. Las titulaciones de grado que imparten el resto de las ESC francesas son bastante parecidas, dado que su normativa así lo establece.



Tabla 2: Plan de Estudios del “bachelor” impartido por la ESC Bretagne Brest.

Primer Curso	ECTS	Segundo Curso	ECTS
Primer Cuatrimestre		Primer Cuatrimestre	
Principes généraux du Droit	6	Droit de l'entreprise	6
Introduction à l'Economie	6	Économie internationale	6
Introduction à la comptabilité et à la finance	6	Comptabilité Analytique	6
Comptabilité Fondamentale	6	Approfondissement de la comptabilité et de la fiscalité	6
Introduction au marketing	6	La Démarche Commerciale	6
Segundo Cuatrimestre		Segundo Cuatrimestre	
Les Etudes marketing	6	La Prospection Commerciale	6
Commerce International : Environnement de l'entreprise	6	Commerce International : Construction de l'offre	6
Économie : système monétaire et croissance	6	Commerce International : Management des opérations	6
Introduction aux Mathématiques de gestion	6	Mathématiques de gestion : approfondissements	6
Culture Générale et Communication	6	Communication	6
Tercer curso	Créditos		
Primer Cuatrimestre		Segundo Cuatrimestre	
Environnement économique	6	Gestion Financière	6
Méthodologie de Recherche en Gestion	6	Commerce International: opérations d'importation et d'exportation	6
Introduction au Management- Destination entreprise	6	Commerce International : Négociation et communication (en anglais)	6
Management interculturel	6	Négociation commerciale	6
Introduction à la Logistique et aux systèmes d'information	6	Marketing opérationnel	6

Fuente: L'ESC Bretagne Brest.

Analizando con atención los contenidos, se puede observar que hay una gran similitud con los establecidos para el Grado de Comercio. La equiparación entre los contenidos ha permitido que hayamos llegado a un acuerdo pendiente de la implantación definitiva del Grado de Comercio en Valladolid, de reconocimiento automático de los dos primeros cursos. De esta forma, un alumno de Valladolid que haya superado con éxito los dos primeros cursos del Grado se podrá matricular, si lo desea, del tercer curso del bachelor que imparte la ESC de Brest. Los alumnos de Brest tendrán la misma posibilidad en Valladolid.

Este mismo tipo de acuerdos los tenemos con el Instituto Politécnico de Aveiro y con la ESC de Troyes en Francia, lo que refleja la similitud que existe entre las titulaciones que imparten estos Centros y el futuro Grado en Comercio.

En el mundo anglosajón, el Título de Bachelor of Commerce se imparte en todas las Universidades importantes: Reino Unido, Irlanda, Estados Unidos, Canadá, Australia, India, etc. Se trata de un Grado de Comercio, llamado de forma abreviada BCom o BComm, que es en realidad un Grado de Comercio en el que se incluyen algunas nociones de administración de empresas. Tiene tres pilares fundamentales: la empresa, las finanzas y la actividad comercial de la empresa, que abarcan materias como Contabilidad y Finanzas, Marketing, Sistemas de Información de Gestión, Economía y Gestión de Recursos Humanos. Este tipo de estudios se puede cursar en Escuelas de Negocios, (*School of Business*) o bien en *College* o Facultades de Comercio.

Por lo general, se trata de un Grado que sigue el modelo tradicional de clases magistrales y trabajo (dentro y fuera del aula) que suele impartirse de septiembre a mayo. Normalmente, los dos primeros cursos se articulan en torno a los principios básicos empresariales –economía, derecho, marketing y contabilidad–, mientras que los últimos



cursos permiten una especialización en las áreas de mayor interés para el alumno. Son precisamente en los dos últimos cursos académicos en los que se encuentra la mayor optatividad del Grado. Estos se suelen encontrar divididos en dos semestres y los cursos se organizan en módulos con exámenes a final de cada semestre, diciembre y mayo. En el último curso el alumno ha de realizar un Trabajo de Fin de Grado.

El Grado de Comercio tiene un reconocimiento internacional por parte de las principales universidades, organismos profesionales y empresas. Como se considera de una cualificación empresarial alta, permite a sus graduados obtener empleo en puestos como directores comerciales y otras profesiones relacionadas con los aspectos comerciales de las empresas. Se trata de Títulos que tienen una gran demanda de alumnos internacionales, procedentes fundamentalmente de Asia.

Algunos ejemplos pueden ser los que se citan a continuación:

Escuelas o Facultades de Comercio en diferentes partes del mundo anglosajón:

IRLANDA

- Cork College of Commerce
- Shannon College of the National University of Ireland
- UCD Quinn School of Business

REINO UNIDO:

- London College of Commerce. Situado en el barrio de Wembley en Londres
- Cheltenham International College of Commerce. Cheltenham
- Central College of Commerce of Glasgow
- Napier College of Commerce and Technology, Edimburgo
- College of Commerce. University of Glamorgan. Gales.
- BA Commercial Management. Swansea Metropolitan University.

<http://www.sihe.ac.uk/sihe/sbs/modules.htm>

Éste es uno de los Centros con los que **REDCOM (Red Europea de Estudios de Comercio)** trabajó para el desarrollo del Grado en Comercio, debido a que imparte un titulación similar en Commercial Management y tiene un convenio con la E. U. de Estudios Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid lo que facilitó notablemente los contactos de la Red con dicha Universidad británica. En el diseño de su Programa podemos leer lo siguiente:

Programme Design

Government and academic initiatives designed to support entrepreneurship have rekindled interest in the concept of the complete commercial manager as witnessed by the growing level of interest shown by large scale corporations in the development of a specific skills base. The role of Commercial Management has evolved in the areas of project managers,



contracts managers and business development managers. The discipline of Commercial Management is by its nature 'commercial' in that it engenders the entrepreneurial spirit to identify, negotiate, develop and manage, profitable commercial relationships and projects from inception through to completion.

El texto anterior recoge de forma sintética la naturaleza "comercial" y la define como el espíritu de identificar, negociar, desarrollar y gestionar relaciones comerciales provechosas y proyectar dichas relaciones desde el comienzo hasta su finalización. Habilidades y capacidades que hemos recogido en nuestras competencias generales, específicas y transversales.

CANADÁ

- Bachelor en Commerce. Eduards School of Business. University of Saskatchewan
- Grant MacEwan College, Alberta
- Queen's School of Business at Queen's University, Kingston, and Ontario
- Royal Roads University, Victoria, British Columbia
- University Canada West, Victoria, British Columbia

ESTADOS UNIDOS

- College of Commerce. DePaul University. Imparte esta carrera desde 1912 en la ciudad de Chicago
- Indiana College of Commerce
- California College of Commerce
- Bowling Green College of Commerce. Bowling Green Business University. Glasgow, Kentucky

AUSTRALIA:

- Australian International College Of Commerce. Perth
- College of commerce. Macquarie University. Sidney
- Flinders University, Adelaide
- University of Melbourne
- University of Newcastle

LA INDIA

- Shri Ram College of Commerce. University of Delhi desde 1926
- St. Vincent's College of Commerce. Pune, Maharashtra
- H. L. College of Commerce premier institution in commerce education in Western India. Gujarat
- Kolkata University, cuenta desde 1956 con el Goenka College of Commerce, Kolkata (Calcuta)

PAKISTÁN



- Hailey College of Commerce. University of the Punjab. Lahore

NUEVA ZELANDA

- University of Canterbury, Christchurch

Fuera del mundo de tradición anglosajona y de Europa también encontramos Escuelas o Facultades de Comercio que imparten Títulos en Comercio en:

JAPÓN

- Metropolitan College of Commerce, Tokio, es uno de los más prestigiosos de Japón; existe desde 1954
- El Yokohama College of Commerce con 115 profesores y más de 2.200 alumnos existe desde 1968
- El Takachiho College of Commerce de la Takachiho University Suginami Tokyo, Tokyo
- Nagoya University of Commerce and Business Administration cuenta con un College of Commerce
- Tokyo University
- La Hitotsubashi University, una de las primeras Universidades privadas (1875), cuenta con el Tokyo College of Commerce desde 1920
- La DePaul University cuenta con un College of Commerce en Tokyo
- La Takasaki University of Commerce, de Takasaki, cuenta con un College of Commerce
- Okohama College of commerce
- Nihon University. College of Commerce. La primera Universidad privada del Japón, fundada en 1889, con más de 100.000 alumnos. En esta Universidad se puede observar como conviven una Facultad de Económicas y una Facultad de Comercio, a escasos metros uno de la otra, sin que aparentemente se produzcan interferencias, ni sus gestores consideren que existen ineficiencias por la existencia de ambos centros.

TAIWÁN

- College of Commerce de La National Chengchi University, fundada en 1927

CHINA

- College of Commerce. National Chengchi University
- Guangzhou Puiching College of Commerce

MÉXICO

En México se denomina Licenciatura en Relaciones Comerciales y se imparte en centros como:

- Escuela Superior de Comercio y Administración perteneciente al prestigioso Instituto Politécnico Nacional
- Universidad ICEL. Coacalco
- Universidad Autónoma de Juárez. Tabasco

**2.3 Procedimientos de consulta internos y externos.**

a Descripción de los procedimientos de consulta internos

La Universidad de Valladolid, a través de la Comisión responsable de esta titulación, estableció unos procedimientos de consulta interna que permitieran la participación de todos los públicos implicados desde una perspectiva interna a la institución. Los públicos con los que se ha contado así como el medio de participación de los mismos en la elaboración de la titulación, los resumimos en el siguiente cuadro y se desarrollan posteriormente.

Público objetivo	Medio de participación
Profesorado del Centro: <ul style="list-style-type: none"> Representantes de las disciplinas: Teoría Económica, Estructura Económica, Derecho Fiscal, Estadística, Matemáticas, Contabilidad, Finanzas, Organización de Empresas, Marketing, Sociología, Historia Económica, Inglés, Francés, Alemán, Derecho Mercantil, Derecho Internacional Privado, Derecho Civil y Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social. 	<ul style="list-style-type: none"> Participación en la Comisión de elaboración del Plan. Grupos de trabajo y consultas. Recepción de consultas y opiniones en el proceso de información sobre la titulación. Proceso de información y aprobación a través de la Junta de Centro.
Personal de administración y servicios del Centro. Órganos de Dirección del Centro: <ul style="list-style-type: none"> D. José Antonio Salvador Insúa (Director). D. Fco. Javier Galán Simón (Subdirector). D. Mariano Duránte Vallejo (Subdirector). D. L. Óscar Ramos Alonso (Subdirector). Dña. María del Amor Cumbreño Barreales (Secretaria Académica) 	
Alumnos de la titulación. <ul style="list-style-type: none"> Delegados de grupo y Centro. Representantes en la Junta de Centro. 	<ul style="list-style-type: none"> Aparte de los procesos anteriores. Información y consultas específicas a grupos de alumnos sobre la nueva situación. Proceso de información sobre Bolonia realizado por la Universidad de Valladolid.
Responsables académicos de la Universidad.	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones y consultas para la elaboración del Plan. Proceso de información y aprobación a través del Consejo de Gobierno.
Servicios técnicos de apoyo a la Verificación.	<ul style="list-style-type: none"> Proceso de consultoría y apoyo de los servicios técnicos de la Universidad de Valladolid para la elaboración del Plan.
Resto del profesorado.	<ul style="list-style-type: none"> Proceso exposición pública para dar a conocer e informar sobre el plan a la comunidad universitaria, así como para recoger alegaciones al mismo.
Resto del Personal de administración y servicios.	
Resto de alumnos.	

Referentes legales y documentos de trabajo.

Para poder llevar a cabo este proyecto de Grado, la Comisión de Planes de Estudios de la E. U. de Estudios Empresariales ha tenido en cuenta los siguientes textos legales y los documentos que regulan y orientan la elaboración del Plan de Estudios del Grado:

- Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades (LOU).
- Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades.
- Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.
- Real Decreto 1044/2003, de 1 de agosto, por el que se establece el procedimiento para la expedición por las Universidades del Suplemento Europeo al Título.



- 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.
- Real Decreto 1742/2003, de 19 de diciembre, por el que se establece la normativa básica para el acceso a los estudios universitarios de carácter oficial.
- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.
- Estatutos de la Universidad de Valladolid. Acuerdo 104/2003 de 10 de julio, de la Junta de Castilla y León.

Otros documentos de interés que ha tomado en consideración la Comisión:

- *La Educación y la Formación – Enseñar y aprender – hacia la sociedad cognitiva* – Libro Blanco. Resumen. COM (95) 1 y 2. Comisión de las Comunidades Europeas. (1995)
- *Memorandum sobre el aprendizaje permanente*. 1 y 2. SEC. Comisión de las Comunidades Europeas. (2000)
- Guía de apoyo para la elaboración de la memoria para la solicitud de verificación de Títulos oficiales (Grado y Máster)
- Protocolo de evaluación para la verificación de Títulos universitarios oficiales (Grado y Máster)

Para aclarar algunos aspectos de redacción concreta del Plan nos hemos servido de otros documentos de apoyo:

- Presentaciones explicativas del Programa Verifica (disponibles en http://www.aneca.es/active/active_verifica_pre.asp):
 1. Proceso de Evaluación, realizado por Gemma Rauret.
 2. Criterios y Directrices de Evaluación, realizado por Eduardo García.
 3. Aplicación Informática, realizado por Eduardo Coba.
 4. Guía de apoyo para la elaboración de la Memoria, realizado por Eduardo García.
- El estudio "Adaptación de los Planes de Estudio al Proceso de Convergencia Europea", dirigido por Mario de Miguel Díaz, subvencionado por el Programa de Estudios y Análisis del MEC.
- El Modelo de Memoria para la Solicitud de Verificación de Títulos Oficiales y las instrucciones para su cumplimentación de la Universidad Rovira i Virgili.
- Además de estos documentos, la Comisión ha tenido en cuenta las directrices de los órganos de gobierno de la UVa, y los acuerdos del Comité de Definición de Titulaciones de Educación.

Primera fase: el trabajo en Red Nacional

La elaboración del plan de estudios del Grado en Comercio se ha desarrollado a lo largo de los últimos 5 años. Comenzó en 2003 cuando las Escuelas de Empresariales de toda España representadas en la Conferencia de Directores de Escuelas deciden trabajar de forma conjunta para desarrollar los futuros Grados a impartir.

A lo largo de las diversas reuniones de la Conferencia de Directores de Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales que se producen durante de los años 2003 y 2004 va tomando forma la Red del Grado en Comercio (REDCOM, asimilada a la Red de Ciencias Empresariales RECEM – ver www.euce.ua.es/recem), del que son miembros la mayor parte de la E. U. de Estudios Empresariales que se reparte por el territorio español. Concretamente, destacan por su participación activa las Escuelas de La Coruña, Vigo, Oviedo, Jovellanos de



Gijón, Bilbao, Vitoria-Gasteiz, la Escuela de la Cámara de Comercio de Bilbao, Zaragoza, Huesca, Valladolid, Soria, Sabadell, Alicante, Sevilla, Málaga, Melilla, Ceuta, Santa Cruz de Tenerife, Las Palmas y Madrid.

El objetivo de esta Red es desarrollar de forma coordinada el plan de estudios del nuevo Grado, de forma que sea posible establecer una troncalidad común que permita a los alumnos que lo deseen moverse libremente por el territorio nacional, sabiendo que más del 50 por ciento de los créditos de la carrera serán reconocidos en cualquiera de las Escuelas pertenecientes a la Red. Además, se trataba de elaborar unos planes de estudios que deberían tener en el centro de sus objetivos la adquisición de competencias por parte de los estudiantes.

Para cumplir con este objetivo la Conferencia de Directores acordó elaborar la troncalidad del plan de estudios de forma conjunta. El procedimiento que se siguió fue el siguiente:

- En primer lugar se pidió a las diferentes Escuelas que forma parte de REDCOM que enviaran sugerencias sobre las asignaturas que deberían incluirse en la troncalidad del Título de Comercio y las competencias que los alumnos que las cursaran deberían adquirir.
- En segundo lugar se pidió opinión a una serie de empresas y colegios profesionales sobre la conveniencia de implantar este tipo de estudios en España y cual debería ser el perfil de los mismos. También se les consultó, como futuros empleadores de los estudiantes que se pretenden formar, sobre el tipo de competencias y habilidades que debería adquirir los alumnos que cursaran estos estudios.

Las sugerencias fueron recogidas por la Comisión Permanente¹ de la Conferencia de Directores de E. U. de Estudios Empresariales que ordenó las propuestas que realizaron las diversas Escuelas sobre las asignaturas que deberían configurar la troncalidad del nuevo Grado, armonizando aquellas que eran de contenido similar, aunque el nombre pudiera variar, y se fueron recopilando las diversas propuestas sobre los objetivos y competencias.

Posteriormente, se pidió a agentes externos que valoraran las propuestas recopiladas y ordenadas por la Comisión Permanente. Concretamente se contó con la presencia de los representantes nacionales de los Colegios de Titulados Mercantiles y de Agentes Comerciales que participaron con regularidad en todas las reuniones de la Comisión Permanente. También se consultó a diversas empresas e instituciones, a las que una vez hechas las consultas se les pidió un certificado de apoyo al Título, tal y como se recoge en el anexo I.

Con las propuestas de los diversos Centros y las recomendaciones de los agentes externos la Comisión Permanente elaboró una propuesta sobre objetivos, competencias y asignaturas que fue debatida en dos plenos de la Reunión de Directores celebrados en Madrid, día 26 de septiembre de 2007, y Valladolid, los días 28 y 30 de noviembre de 2007. En esta última reunión se aprobó la estructura básica del nuevo Título comprometiéndose todas las Escuelas participantes a respetar la troncalidad allí aprobada, de tal forma que todos los alumnos que cursaran los futuros estudios de Comercio tendrían la seguridad de que se decidían cambiarse de Centro, al menos los dos primeros cursos serían enteramente convalidables.

La reunión de Valladolid concluyó con la presentación a los medios de comunicación de la ciudad del futuro Grado en Comercio, siendo apoyada esta presentación por las máximas autoridades de la ciudad y la provincia. El Alcalde de Valladolid, el Presidente de la Diputación de Valladolid y el Vicepresidente Primero de la Cámara Oficial

de Comercio e Industria de Valladolid. El Grado en Comercio también fue apoyado por el Vicepresidente y Consejero de Economía de la Junta de Castilla y León, D. Tomas Villanueva y el Senador por Valladolid D. Adolfo Abejón, que incluso consiguió que se aprobara una moción en el Senado instando al Gobierno a implantar el Grado en Comercio en el Sistema Universitario Español. Las firmas de apoyo a la implantación de este Grado aparecen en el anexo II.

Figura 4: Presentación Nacional del Proyecto del Grado en Comercio en Valladolid. 30 de noviembre de 2007

Empresariales aspira a aumentar la empleabilidad de sus graduados con el Grado Europeo en Comercio

VALLADOLID.— La Escuela Universitaria de Empresariales de la Universidad de Valladolid (UVA) persigue aumentar la empleabilidad de sus futuros graduados con el Grado Europeo en Comercio, presentado la pasada semana, según el secretario del centro, José Antonio Salvador Insúa.

«En 2009 queremos empezar con el Grado Europeo en Comercio, que hemos ofrecido a la Cámara de Comercio con una apuesta clara de futuro, con muchos idiomas en la carrera, ya que somos el único centro de la UVA, excepto Filosofía y Educación, que tenemos los idiomas integrados», dijo Salvador Insúa.

«Queremos», añadió el secretario de Empresariales, «implicarnos en el tejido social. El plan de estudios no es para nosotros, es para la sociedad. Queremos formar técnicos contables, asesores fiscales, técnicos de la empresa... que es lo que demandan las



De Izqda. a derecha.: Insúa, León, Vicente, Medrano y Barbero. / PABLO REQUEJO

pequeñas y medianas empresas de Castilla y León.

Hasta el próximo día 15 hay plazo para que el Rectorado de la UVA apruebe el nuevo mapa de titulaciones, que pasará al Consejo de Universidades, a la ANECA y después la Junta decidirá si financia o no la titulación y a qué universidad se la asigna.

«Este es el proceso que tiene que recorrer ahora el Grado», dijo Salvador Insúa, que estuvo acompañado —el pasado viernes— en la presentación del plan de estudios del alcalde, el presidente de la diputación y el vicepresidente de la Cámara de Comercio, además de la vicerrectora de Estudiantes y Empleo.

La EU de Empresariales cuenta con 1.800 matriculados. «Muchos alumnos, pocos profesores y un edificio magnífico», a juicio de Salvador Insúa.

Segunda Fase: Trabajo en red en Europa. La futura Red temática *Erasmus*: Red del Grado Europeo en Comercio.

La Red de Grado Europeo en Comercio se creó en Alicante en septiembre de 2005 con el objetivo de adaptar esta titulación que ya se estaba impartiendo en países como Francia y Portugal a las directrices emanadas de Bolonia y favorecer su implantación en el resto de los países de la Unión Europea.

La reunión se celebró los días 26 y 27 de septiembre de 2005 y en ella participaron Universidades de seis países europeos, además de España. En dicha reunión se llegó a acuerdos de principio para desarrollar una carrera cuyos alumnos pudieran estudiar cada curso en diferentes países y cuyo diploma fuese reconocido en el ámbito del Espacio Europeo de Educación Superior.

En un principio constituyeron esta Red las E. U. de Ciencias Empresariales de las Universidades de Vigo, Valladolid, Complutense de Madrid, Málaga, País Vasco, Alicante, Sevilla, Zaragoza (Escuelas de Zaragoza y

¹ La Comisión Permanente está formada por los representantes de las E. U. de Estudios Empresariales de Alicante, Madrid, Málaga, Sevilla, Oviedo y



Huesca), Oviedo (Escuelas de Oviedo y de Gijón) y Pompeu Fabra, además de Universidad de Nápoles Federico II (Italia), Instituto Politécnico de Setúbal (Portugal), IUT de Annecy de la Universidad de Savoia (Francia), La Internacional Business School de la Hanze University Graningen (Países Bajos) y Centro de Estudios Superiores Felipe II de Aranjuez.

Posteriormente, en una reunión celebrada en Valladolid entre los días 28 y 30 de noviembre de 2007, se incorporaron a esta Red las E. U. de Estudios Empresariales de las Universidades de Granada (E. U. de Ciencias Sociales de Melilla), País Vasco (E. U. de Ciencias Empresariales de Vitoria-Gasteiz), La Laguna, La Coruña, Valladolid (E. U. de Ciencias Empresariales y del Trabajo de Soria), ESC Bretagne Brest (Francia) y la IUT de la Universidad Montesquieu de Bordeaux (Francia).

En esta última reunión celebrada en Valladolid, también estuvieron presentes representantes de las Universidades de *Tras-os-Montes e Alto Douro* (Portugal), *Southampton Institute* (UK), *Leuven* (Bélgica), *Katho* (Bélgica), *Avans Hogeschool* (Países Bajos), *École Supérieure de Commerce de Troyes* (Francia), *IUT Le Havre* (Francia), *École Supérieure de Commerce de Pau* (Francia) y *Université Nancy II* (Francia). Todas ellas mostraron su interés por pertenecer a la Red, estando a la espera de que su inclusión en la misma sea aprobada por los órganos competentes de sus respectivas Universidades.

En la reunión de Valladolid se trabajó sobre los contenidos comunes que debería tener el futuro Grado en Comercio adaptado al Espacio Europeo de Educación Superior, y también se acordó ampliar los objetivos de la Red:

- Promover la implantación del Grado en Comercio en aquellas Universidades pertenecientes a la Red en las que todavía no se estén impartiendo estos estudios.
- El citado Grado en Comercio tendría una fuerte troncalidad común en todas las Universidades Europeas en las que se imparta, de forma que al menos 120 créditos, los primeros dos años, sean comunes o se reconozcan completamente entre los diversos centros pertenecientes a la Red. Esta circunstancia favorecería:
 1. La movilidad de nuestros estudiantes, que a partir del segundo curso podrían continuar sus estudios en cualquier centro de la Red sin ninguna dificultad.
 2. La empleabilidad de los mismos en toda la Unión Europea, dado que cuando un empresario contrate un graduado en Comercio, sabrá exactamente las habilidades que tiene, independientemente del país de Europa del que proceda.
 3. Promover la puesta en marcha de dobles titulaciones entre todos los centros que formen parte de la Red, hayan implantado, o no, el Grado en Comercio. De esta forma, los estudiantes de los diferentes países, realizando al menos 60 créditos en un Centro de otro país, pueden acceder a la doble titulación, la de su país de origen y la del país donde cursa esos créditos.
 4. Explorar las posibilidades que existen para que aquellos centros en los que sus estudios tienen una duración de 120 créditos puedan ofrecer a sus graduados la posibilidad de cursar 60 créditos en otros de los centros pertenecientes a la Red y de esta forma acceder a la titulación de Comercio. De forma equiparable, aquellos alumnos de otros centros que cursen el segundo año de su titulación de 120 créditos pueden obtener el Título en estos Centros y luego seguir cursando sus estudios en el país de origen o en otro Centro perteneciente a la Red.

Valladolid.



5. Promover la movilidad entre los alumnos y profesores de los centros pertenecientes a la Red, de forma que el número de alumnos Erasmus aumente considerablemente, independientemente de que lo hagan para obtener una doble titulación o no, así como el número de profesores visitantes.
6. Intentar, a más largo plazo, crear postgrados comunes que se impartan entre varias Universidades de las que forman parte de la Red.

Además, se acordó también hacer llegar la información sobre la existencia de esta Red y sus objetivos a todas las Universidades europeas, con la intención de que todas aquellas que estén interesadas puedan formar parte de la misma.

Las firmas de los responsables de las Universidades adheridas a este proyecto en las reuniones internacionales celebradas en Alicante y Valladolid aparecen recogidas en el anexo III.

Tercera fase: La Comisión de Redacción del Plan de Estudios del Grado en Comercio.

La Junta de Centro de la E. U. de Estudios Empresariales reunida en sesión extraordinaria el día 18 de septiembre de 2007 acordó crear una Comisión de Redacción de Plan de Estudios del Grado en Comercio. El acuerdo establecía que en la misma habría representantes con derecho a voto de todas las disciplinas que imparten docencia en el centro, así como el PAS y los alumnos. Además, también se decidió que las reuniones de la Comisión serían abiertas pudiendo participar en ellas cualquier miembro de la Comunidad educativa del Centro que lo considerara oportuno. Se trataba de que todo el que quisiera implicarse en la elaboración de este proyecto pudiera hacerlo sin restricción alguna.

El acuerdo establecía que las disciplinas representadas serían: Teoría Económica, Estructura Económica, Derecho Fiscal, Estadística, Matemáticas, Contabilidad, Finanzas, Organización de Empresas, Marketing, Sociología, Historia Económica, Inglés, Francés, Alemán, Derecho Mercantil, Derecho Civil y Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social.

La Comisión no se reunió oficialmente hasta finales de mayo de 2008 una vez que el Consejo de Gobierno de la Universidad de Valladolid asignó a la E. U. de Estudios Empresariales la elaboración del proyecto del Título de Grado en Comercio. No obstante, hubo reuniones preparatorias de carácter voluntario en el que se informaba periódicamente a los miembros de la comunidad educativa del Centro sobre la marcha de las negociaciones sobre la troncalidad común con el resto de las Escuelas de España y los centros universitarios del resto de la Unión Europea con los que colaborábamos.

En la primera reunión oficial la Comisión estableció un calendario de trabajo en el que se adjudicaron fechas de realización de cada uno de los aspectos del plan. A su vez, se delimitaron los aspectos principales del plan que habrían de someterse a discusión, y en los que habían de recibirse aportaciones tanto internas como externas. También se estableció el acuerdo de que se iba a tratar de respetar al máximo el acuerdo de troncalidad común que teníamos con el resto de las Escuelas de Empresariales de España y nuestros socios del resto de Europa.

En la segunda reunión se debatió sobre el reparto de la troncalidad pactada entre asignaturas básicas y obligatorias y específicas y su distribución a través de los años de la carrera. También se abordó la cuestión de la



ampliación de la troncalidad y la oferta de optativas que se iban a realizar los diferentes Departamentos. Paralelamente, se debatían los objetivos y competencias del futuro Grado.

b Descripción de los procedimientos de consulta externos

La Universidad de Valladolid, a través de la Comisión responsable de esta titulación, estableció unos procedimientos de consulta externos que permitieran la participación de todos los públicos externos a la institución universitaria, pero que participan de una u otra manera de los resultados de este Plan.

Los públicos con los que se ha contado así como el medio de participación de los mismos en la elaboración de la titulación, los resumimos en el siguiente cuadro y se desarrollan posteriormente.

Público objetivo	Medio de participación
<p>A) Empresas e instituciones relacionadas con la actividad comercial que han participado en la elaboración del plan de estudios o han sido consultadas respecto al mismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Corte Inglés: D. José Antonio Lobato del Val (Jefe de Relaciones Externas de Castilla y León), D. Ángel Juanes Fernández (Jefe de Formación de Valladolid), D. Ignacio Castellote Flórez (Director de Castilla y León) y D. Diego Copado Fernández (Director Nacional de Relaciones Externas). • Carrefour España: D. Carlos Cid Cid (Responsable de Recursos Humanos de Castilla y León) y D. Roberto Germán Garrido (Responsable Nacional de Selección y Empleo). • Caja Duero: Dña. Rosa Brualla Luelmo (Jefa de Selección y Contratación). • Leroy Merlin (Valladolid): Dña. Natalia Llorente (Responsable de Recursos Humanos) y D. Francisco Martín González (Director). • Renault España: D. Ángel Díaz Machín (Director Nacional de Recursos Humanos) y D. Juan Alonso Ibáñez (Responsable de Competencias, Formación y Management). • Junta de Castilla y León: Vicepresidencia y Consejería de Economía: D. Tomás Villanueva Rodríguez (Vicepresidente y Consejero de Economía). • Junta de Castilla y León: Dirección General de Comercio: D. Carlos Teresa Heredia (Director General). • Excma. Diputación Provincial de Valladolid: D. Ramiro Ruiz Medrano (Presidente). • Excmo. Ayuntamiento de Valladolid: D. Javier León de la Riva (Alcalde). • Senado: Grupo Parlamentario Popular: D. Adolfo Abejón Ortega (Portavoz de Educación). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formando parte de al Comisión del Plan de Estudios. ▪ A través de un proceso de información y consulta para la evaluación y revisión del Plan. ▪ A través de la consulta de opinión a las empresas e instituciones que habitualmente ofrecen prácticas a nuestros estudiantes y titulados. ▪ A través de sondeos de opinión de las necesidades de recursos humanos realizados a las empresas de los sectores relacionados.
<p>B) Empresas e instituciones relacionadas con la actividad comercial que han sido consultadas y/o avalan el título, además de las anteriores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cortefiel: D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo (Presidente). • IFA Española, S.A.: D. Alberto Arranz Llorente (Subdirector General). • Grupo El Árbol: José María Vara (Presidente). • Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED): D. Javier Millán-Astray Romero (Director General). 	



- Confederación Empresarial Española de Economía Social (CEPES): D. Marcos de Castro Sanz (Presidente).
- Confederación Empresarial de Madrid (CEIM): D. Gerardo Díaz Ferrán (Presidente).
- Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid.
- Consejo Superior de Cámaras: D. José Manuel Fernández Norriella (Presidente).
- Confederación General de las Pequeñas y Medianas Empresas del Estado Español (COPYME): D. Salvador Bellido Macías (Presidente).
- Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS): D. José Pedro Pérez Llorca (Presidente).
- Unión de Detallistas Españoles (S. Coop. UNIDE): D. Luis Verdú Navarro (Presidente).
- Confederación Española de cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP): D. Ignasi Faura Ventosa (Secretario General).
- Euromadi Ibérica, S.A.: D. Jaime Rodríguez Bertiz (Presidente).
- Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB): D. Ángel Gil Pérez-Andujar (Presidente).
- Asociación de Empresarios y Profesionales de Medina de Rioseco y Comarca: Víctor. A. Caramanzana Rey (Presidente).
- Asociación de Comerciantes y Servicios de la Zona de Santa Clara de Valladolid: D. Jesús Marcos Herreras Revuelta (Presidente).
- Asociación de Servicios Técnicos de Gama Marrón de Valladolid (ATEVA): D. José Ramón García Castaño.
- Asociación Vallisoletana de Vendedores de Prensa: D. Miguel Ángel Martínez Gallego (Presidente).
- Comunidad de Industriales de Galería Rondilla de Santa Teresa: D. Miguel Ángel González Zúñiga (Presidente).
- Asociación de Comerciantes Zona Centro Distrito I: D. Francisco Delgado Santiago (Presidente).
- Agrupación Nacional de Servicios Oficiales de Asistencia Técnica (ASOAT): D. José Ramón García Castaño.
- Asociación Minoristas de Alimentación de Valladolid (COMIALVA): D. Amalio Tomillo Villanueva (Presidente).
- Asociación de Industria, Comercio y Servicios de Laguna de Duero (AICOSLA): Dña. Rocío Garrido Marcos (Presidenta).
- Asociación de Comercio y Servicios de Parquesol (ACOSAPA): D. Luis Javier Imaz Roncero.
- Asociación de Comercio y Servicios Delicias (ACOSSED): D. Luis Gonzalo Santos Fernández (Presidente).
- Asociación Profesional de Fotógrafos Profesionales de Valladolid (AFPV): Rubén Villagrà Herrero (Presidente).
- Asociación de Industriales Merca2 de Valladolid: D. Jesús Carlos Vega Calvo (Presidente).
- Gremio de Joyeros, Plateros y Relojeros de Valladolid: D. Edmundo Carretero Soria (Presidente).
- Asociación Provincial de Empresarios de Confeitería de Valladolid: D. Francisco Hernández Pérez (Presidente).



<ul style="list-style-type: none"> • Asociación de Empresas Comerciales Calle Mantería y Plaza San Andrés (ASEMCOMA): D. (Presidente). • Asociación de Detallistas de Pescado, Marisco y Productos Congelados de Valladolid (COPEMAR): Dña. Visitación Nicolás Rodríguez (Presidenta). • Colegio Oficial de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología de Castilla y León. D. Gerardo García Álvarez (Decano). • Consejo Superior de Colegios Oficiales de Titulares Mercantiles y Empresariales de España: D. Lorenzo Lara Lara (Presidente). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A través de un proceso de información y consulta para la evaluación y revisión del Plan.
<p><u>Asociaciones profesionales que han participado en la elaboración del plan de estudios o han sido consultadas respecto al mismo:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociación Vallisoletana de Empresarios de Comercio (AVADECO): Dña. María Balsa Carrasco, D. Alejandro García Pellitero (Presidente) y Comité Ejecutivo. • Federación de Comercio y Servicios de Valladolid (FECOSVA): D. Heraclio Cruz González, D. Javier Labarga Vaca (Presidente) y Comité Ejecutivo. • Cámara Oficial de Comercio e Industria de Valladolid: D. José Ángel Santiago Sánchez y D. José Rolando Álvarez Valbuena (Presidente) y Comité Ejecutivo de la Cámara. • Confederación Vallisoletana de Empresarios (CVE): D. José Gutiérrez Marqués y D. Manuel Soler Martínez (Presidente). • Colegio oficial de Titulados Mercantiles y Empresariales de Valladolid: D. Roberto Gutiérrez Álvarez (Presidente). • Consejo de Colegios Profesionales de Agentes Comerciales de Castilla y León: D. Luis Parra Solulouzán (Presidente). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formando parte de al Comisión del Plan de Estudios. ▪ A través de un proceso de información y consulta para la evaluación y revisión del Plan.
<p>Titulados Universitarios</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A través del seguimiento de titulados universitarios para la evaluación de la satisfacción con la titulación.
<p>Evaluador externo a la Universidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Víctor Molero Ayala (Director del Departamento de Comercialización e investigación de mercados de la Universidad Complutense, Madrid). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Por medio del proceso establecido por la Universidad de Valladolid, por el cual todos los planes que se presentan a Verificación son evaluados previamente por un evaluador externo de prestigio en el ámbito de la titulación.

Cuarta fase: La participación de los agentes externos.

A partir de la tercera reunión, se incorporaron a la Comisión agentes externos que proporcionaron opinión sobre los objetivos, las competencias, los contenidos de las materias a impartir y la distribución temporal de las diferentes asignaturas.

La primera reunión en la que participaron los agentes externos se celebró el día 1 de julio de 2008. En ella participó una amplia representación de los profesores de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Valladolid, así como los representantes de distintas asociaciones empresariales y profesionales: María Balsa (AVADECO), José Ángel Santiago (Cámara de Comercio e Industria de Valladolid), Félix Sanz (CVE), Javier Labarga (FECOSVA), Roberto Gutiérrez (Colegio Oficial de Titulados Mercantiles y Empresariales de Valladolid). Se trató el Título en su conjunto y los agentes externos aportaron su experiencia para mejorar la estructura y contenido del Grado de Comercio.



En las reuniones posteriores estos agentes externos escucharon específicamente cada una de las materias que van a constituir el Grado en Comercio aportando opiniones muy valiosas que se han considerado para la elaboración del Grado (las actas de estas reuniones están recogidas en el anexo IV):

- Reunión del día 8 de julio: Participan los profesores de Informática, Marketing y Organización de Empresas, así como los representantes de las asociaciones empresariales María Balsa Carrasco (AVADECO), José Antonio Lobato del Val (El Corte Inglés- Cámara de Comercio e Industria de Valladolid), José Gutiérrez (CVE), Heraclio Cruz (FECOSVA) y Roberto Gutiérrez (Colegio Oficial de Titulados Mercantiles y Empresariales de Valladolid)
- Reunión del día 15 de julio: Participan los profesores de Finanzas, Contabilidad, Fiscal, Matemáticas y Estadística y los representantes de las asociaciones empresariales: María Balsa Carrasco (AVADECO), José Ángel Santiago (Cámara de Comercio e Industria de Valladolid) y Heraclio Cruz González (FECOSVA),
- Reunión del día 17 de julio: Participan los profesores de Derecho Civil, Laboral y Mercantil, Historia, Sociología, Estructura Económica, Economía Política e Idiomas y los representantes de las asociaciones empresariales María Balsa Carrasco (AVADECO), José Ángel Santiago (Cámara de Comercio e Industria de Valladolid), Heraclio Cruz González (FECOSVA) y Roberto Gutiérrez (Colegio Oficial de Titulados Mercantiles y Empresariales de Valladolid).

Con todas las aportaciones recibidas la Comisión fue elaborando el plan de estudios del Grado en Comercio, cuya estructura definitiva fue aprobada en la reunión de la Comisión celebrada el día 2 de septiembre de 2008.

Posteriormente, se continuó trabajando en subcomisión sobre aspectos concretos del plan: la adaptación de los contenidos de cada asignatura al nuevo sistema de créditos ECTS, las competencias generales y específicas a las que contribuye cada modulo, materia y asignatura y la adaptación a los nuevos sistemas de evaluación.

Quinta Fase: Presentación del Plan de Estudios a los Agentes Externos.

Una vez establecida la estructura definitiva del plan de estudios, la Dirección de la E. U. de Estudios Empresariales ha procedido a presentar este plan a diferentes agentes externos para recoger sus opiniones y sugerencias sobre los objetivos, las competencias y las habilidades que se pretenden dar a los futuros estudiantes de Comercio, las asignaturas que componen el plan de estudios y su distribución en el tiempo.

Las presentaciones han sido las siguientes:

- El día 2 de septiembre de 2008 a las 11:00 de la mañana se presentó el plan de Estudios al Comité Ejecutivo de la **Cámara Oficial de Comercio e Industria de Valladolid** presidido por su Presidente D. José Rolando Álvarez. El plan tuvo una muy buena acogida por parte de todos los miembros del Comité Ejecutivo que lo valoraron muy positivamente, especialmente por los representantes del pequeño comercio y de las grandes superficies comerciales. Además, el Presidente de la Cámara ofreció la colaboración de la institución que preside para lograr que todos los futuros alumnos del Grado puedan desarrollar prácticas acordes con su formación, colaboración que la Dirección de la E. U. de Estudios Empresariales aceptó de muy buen grado.



- El día 4 de septiembre de 2008 a las 9:30 de la mañana, se presentó el plan de estudios al Comité Ejecutivo de **AVADECO**, presidido por su Presidente D. Alejandro García Pellitero. De nuevo el plan tuvo una muy buena acogida por parte de todos los miembros del Comité Ejecutivo que lo valoraron muy positivamente y lo consideraron un gran paso para el futuro de sector del comercio. Además, todos los miembros del mismo se ofrecieron a colaborar para que los futuros alumnos del Grado puedan desarrollar prácticas acordes con su formación en sus establecimientos comerciales.
- El día 5 de septiembre de 2008 a las 10:30 h., se presentó el plan de estudios al Director D. Ignacio Castellote Flórez, al Jefe de Formación D. Ángel Juanes Fernández y al Jefe de Relaciones Externas D. José Antonio Lobato del Val de **El Corte Inglés** de Castilla y León. La acogida del Grado en Comercio por esta empresa fue extraordinaria, dado que consideran necesario que a la formación en Comercio se la diera rango universitario. Además, manifestaron que los futuros graduados en Comercio serían una buena cantera para su empresa, que en estos momentos tiene serias dificultades para encontrar personal formado específicamente en esta materia. También se mostraron extraordinariamente interesados en que los alumnos de Comercio hagan prácticas en sus establecimientos.
- El día 11 de septiembre de 2008 a las 9:00 de la mañana, se presentó el plan de estudios al Comité Ejecutivo de **FECOSVA** presidido por su Presidente D. Javier Labarga. De nuevo el plan tuvo una muy buena acogida por parte de todos los miembros del Comité Ejecutivo que lo valoraron muy positivamente y lo consideraron un gran paso para el futuro de sector del comercio, especialmente por su Presidente, gran defensor de este Grado y que ha realizado aportaciones muy importantes para el desarrollo del mismo. Además, todos los miembros del mismo se ofrecieron a colaborar para que los futuros alumnos del Grado puedan desarrollar prácticas acordes con su formación en sus establecimientos comerciales.
- El día 11 de septiembre de 2008 a las 11:00 de la mañana, se presentó el plan de estudios del Grado en Comercio al Responsable Regional de Recursos Humanos en Castilla y León, D. Carlos Cid Cid y al Responsable de Selección y Empleo Nacional, D. Roberto Germán Garrido, del Grupo **Carrefour** España. De nuevo la acogida fue muy buena, manifestando su satisfacción de que la Universidad Pública española se preocupara por formar a los profesionales de la actividad comercial en España. Sugirieron que se diera la mayor importancia posible a las asignaturas de recursos humanos. Consideraban que las competencias y habilidades que se podían adquirir en esta materia eran muy relevantes para mejorar la empleabilidad de nuestros futuros alumnos. Estas sugerencias fueron aceptadas de muy buen grado por los profesores responsables de esa materia. Asimismo, se mostraron muy interesados en que los futuros alumnos de Comercio puedan realizar prácticas en sus establecimientos en la Comunidad Autónoma.
- El día 19 de septiembre de 2008 a las 9:30 h, se presentó el proyecto de Grado al Presidente del **Colegio de Agentes Comerciales de Castilla y León**, D. Luis Parra. Se mostró muy conforme con el contenido del Grado y muy satisfecho porque por primera vez la Universidad Pública se preocupe de la formación de los profesionales del comercio. Además manifestó su voluntad de colaborar con el Centro en todo lo que sea necesario para la implantación de este nuevo Grado y se mostró muy interesado en que los alumnos puedan hacer prácticas en los negocios de sus colegiados.
- El día 19 de septiembre de 2008, la Dirección del Centro se desplazó hasta Salamanca para presentar el proyecto de Grado a D^a Rosa Brualla Luelmo, Jefa de Selección y Contratación de **Caja Duero**. La reunión se celebró a las 12:30 h en las oficinas que esta entidad tiene en la Plaza de los Bandos de la localidad salmantina. La acogida también fue muy buena, en la medida que las entidades financieras están muy necesitadas de personas con habilidades comerciales, por tanto, también mostraron su apoyo a la implantación de este Grado que consideraron de gran utilidad. Así mismo se mostraron muy interesadas en que este tipo de alumnos puedan desarrollar sus prácticas en su entidad.



- El día 22 de septiembre de 2008 a las 10:00 de la mañana, la Dirección del Centro presentó el plan de estudios a D. Francisco Martín y D^a Natalia Llorente, Director y Responsable de Recursos Humanos, respectivamente, de **Leroy Merlin** en Valladolid. La acogida fue estupenda, manifestando, al igual que otras empresas del sector de la distribución, su satisfacción porque la Universidad Pública española se preocupe por formar a los profesionales de la actividad comercial en España. Se mostraron muy interesados en que los futuros alumnos de Comercio puedan realizar prácticas en sus establecimientos en la Comunidad Autónoma y en colaborar para que la implantación del Grado sea un éxito.
- El día 22 de septiembre de 2008 a las 13:00 horas de la mañana, la Dirección del Centro acudió a las instalaciones de la empresa **Renault** en Valladolid para presentar el Grado en Comercio a D. Ángel Díaz Machín, Director de Recursos Humanos de Renault España y a D. Juan Alonso, Responsable de Competencias, Formación y Management. De nuevo la acogida fue positiva. Consideraron que el plan de estudios contenía materias muy adecuadas a la realidad comercial de las empresas en estos momentos y valoraron muy positivamente el hecho de que quisiéramos contar con la opinión de las empresas. Asimismo mostró interés porque nuestros futuros alumnos realicen prácticas en el grupo Renault.
- El día 25 de septiembre de 2008 a las 12:30, la Dirección del Centro acudió a la **Dirección General de Comercio de la Junta de Castilla y León** para entrevistarse con el Director General de Comercio, D. Carlos Teresa y presentarle el Grado en Comercio, para conocer su parecer y recoger cualquier tipo de sugerencias que pudiera hacer. El plan le pareció adecuado a las necesidades actuales de la actividad comercial. También le pareció un importante avance que la Universidad decida formar profesionales específicos para esta actividad y se mostró dispuesto a colaborar para que la implantación de estos estudios tenga éxito, manifestando que estaban muy interesados en formar parte de un posible comité asesor de la titulación.

Sexta fase: El Comité Asesor de la Titulación.

Como resultado de todas estas visitas y el interés mostrado por todos en colaborar para que la implantación de estos estudios sea un éxito, se acordó por parte de la Dirección de la E. U. de Estudios Empresariales la creación de un comité asesor del Grado en Comercio cuyo objetivo es hacer un seguimiento de las competencias y habilidades que adquieran nuestros alumnos.

El objetivo es que cada año a final de curso este comité se reúna y dé su opinión sobre la formación que están recibiendo nuestros alumnos, de forma que se pueda ir adaptando periódicamente el plan de estudios para corregir los posibles defectos e incorporar las nuevas competencias y habilidades que el mercado demande.

Hasta el momento se han mostrado muy interesados en formar parte de este comité asesor las siguientes instituciones, asociaciones empresariales y empresas: la Dirección General de Comercio de la Junta de Castilla y León, la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Valladolid, el Colegio de Agentes Comerciales, la Confederación Vallisoletana de Empresarios, AVADECO, FECOSVA, Renault, El Corte Inglés, Carrefour y Leroy Merlin.

La intención de la Dirección de la Escuela es contar con todos ellos, e incluir alguna empresa o institución más que esté interesada en participar en este proyecto.



3 Objetivos.

3.1 Objetivos.

Objetivo general.

- El objetivo general del Grado en Comercio es formar profesionales capaces de desempeñar las labores que precisa el trabajo en el departamento comercial de una empresa, proporcionándole, a este fin, una formación práctica y de utilidad directa. Todo ello implica que deben tener conocimientos de logística, ser capaces de elaborar planes comerciales a corto, medio y largo plazo, definir objetivos comerciales, diseñar políticas y procedimientos de apoyo a la estrategia, confeccionar presupuestos, realizar estudios de mercado, dirigir un equipo de ventas, formar a vendedores, formar la cartera de clientes y la atención a los mismos, así como una labor de gestión y control, como la gestión de grandes cuentas, de almacenamiento, control de contratos y subcontratos, etc. Todo ello lo deberán poder hacer al menos en dos lenguas distintas y con un perfecto dominio de las TICs específicas.

Objetivos específicos:

1. Fundamentar y promover en los estudiantes el conocimiento de los agentes, recursos y procesos que definen y/o contextualizan la profesionalización, inserción y desempeño laboral de la actividad comercial de la empresa en distintos entornos económicos, asociando la actividad comercial a una concepción integral de la empresa.
2. Formar profesionales capaces de analizar, planear, operar, controlar y dirigir todas las actividades del área comercial, con una visión integral de las tendencias de los mercados, logrando cumplir con los objetivos de las organizaciones.
3. Familiarizar al alumno con los procesos de globalización mundial del comercio y la economía e instruirle en los recursos necesarios para desenvolverse en dicho marco y en las técnicas para abordar con éxito el objetivo de competir en un mercado global.
4. Desarrollar en los estudiantes la capacidad crítica y la responsabilidad ética en el análisis de las realidades empresariales, de forma que sepan analizar los problemas y dificultades que tiene la organización en la que trabajan, pudiendo aportar soluciones para mejorar la capacidad competitiva de su empresa desde el área comercial de la misma.
5. Formar al alumno en aquellos aspectos que influyen en la labor comercial de una empresa: algunos directamente relacionados, como la comunicación y el marketing, incluyendo la formación específica en todo lo que implica la gestión de ventas y el proceso comercial en su integridad, y otros más relacionados con el entorno en el que tendrá que desarrollar su actividad, como el análisis de la situación económica nacional e internacional, el derecho que regula la actividad comercial, la financiación y la cobertura de riesgos en las operaciones comerciales, etc.
6. Analizar las diferentes áreas de negocio que afectan directa y globalmente a la actividad comercial de la empresa.
7. Combinar la formación en la gestión comercial con las habilidades directivas más actuales: los idiomas (inglés, francés o alemán), tanto hablado como escrito, y las TICs.



Objetivo complementario:

- Los alumnos serán capaces de pensar y actuar según principios de carácter universal que se basan en el valor de la persona y se dirigen a su pleno desarrollo.

La consecución de estos objetivos deberá estar presidida, tanto en las actitudes de los docentes como en las de los propios estudiantes, así como en el contenido de las materias que se impartan, por los principios básicos de: no discriminación, igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad (Ley 51/2003, de 2 de diciembre); igualdad efectiva de hombres y mujeres (Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo); los valores democráticos y los propios de una cultura a favor de la paz (Ley 27/2005, de 30 de noviembre).

A ellos cabe añadir los principios adicionales de solidaridad, cooperación entre los pueblos y desarrollo sostenible (art. 3.1 de los Estatutos de la Universidad de Valladolid); y los principios para una educación responsable en gestión (PRME, según sus siglas en inglés), auspiciados en relación con el denominado Pacto Mundial de la Organización de Naciones Unidas. Véase el documento electrónico disponible en

<http://www.unprme.org/the-6-principles/index.php> y

<http://www.unprme.org/resource-docs/EDUCACIONRESPONSABLEPRMEencastellano.pdf>



3.2 Competencias.

El diseño de competencias se ha llevado a cabo partiendo de las pautas que establece el Anexo I (punto 3) del *Real Decreto 1393/2007*, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. Asimismo, se han tenido en cuenta las directrices del Marco Europeo de Cualificaciones para la Educación Superior, el *Proyecto Tuning*, los Descriptores de Dublín, la *Guía de Apoyo para la Elaboración de la Memoria para la Solicitud de verificación de Títulos Oficiales (Grado y Máster)* de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) y las recomendaciones de la Universidad de Valladolid recogidas en la *Guía para el Diseño y Tramitación de los Títulos de Grado y Máster de la UVa*.

Una competencia es el conjunto de conocimientos, actitudes y destrezas necesarias para desempeñar una función dada. La competencia incluye la capacidad de movilizar y aplicar correctamente estos recursos en un entorno dinámico, para producir un resultado definido².

En el Informe Final del *Proyecto Tuning*³, las competencias y las destrezas han sido entendidas como "conocer y comprender", conocimiento básico de un campo académico, "saber cómo actuar" la aplicación práctica y operativa del conocimiento a ciertas situaciones y "saber cómo ser" los valores como parte integrantes de percibir a los otros y vivir en un contexto social.

Las competencias se describen como puntos de referencia para la elaboración y evaluación de los planes de estudio, y no pretenden ser moldes rígidos. Permiten flexibilidad y autonomía en su elaboración, al mismo tiempo que introducen un lenguaje común para describir los objetivos de los planes. En el documento Marco sobre integración del Sistema Universitario Español en el Espacio Europeo de Educación Superior (MEDC, 2003) se expone que: "Los objetivos formativos de las enseñanzas oficiales a nivel de grado tendrán, con carácter general, una orientación profesional, es decir, deberán proporcionar una formación universitaria en la que integren armónicamente las competencias genéricas básicas, las competencias transversales relacionadas con la formación integral de las personas y las competencias específicas que posibiliten una orientación profesional que permitan a los titulados una integración en el mercado de trabajo".

Competencias generales.

- G1. Demostrar poseer y comprender conocimientos en el área del Comercio a partir de la base de la educación secundaria general a un nivel que, apoyado en libros de texto avanzado, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia en el estudio de la actividad comercial.
- G2. Ser capaz de identificar los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente a la actividad comercial de las empresas y saber aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del departamento comercial de una empresa en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación tecnológica constante.
- G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes, dentro del área comercial, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

² Le Boterf, G (2001), *Ingeniería de las Competencias*. Barcelona: Epise, Training Club y Gestión 2000.

³ Proyecto Tuning (2000). *Informe Final. Proyecto Piloto-Fase 1*. Universidad de Deusto.



- G4. Poder transmitir en español y en otra lengua (inglés, francés o alemán), tanto de forma oral como escrita, información, ideas, conocimientos, problemas y soluciones del ámbito comercial, resultados de los análisis, propuestas de actuación o negocio, los fundamentos y razones últimas de los mismos, de forma clara, concisa y comprensible tanto a públicos especializados como no especializados.
- G5. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias que permitan al alumno continuar formándose en la actividad comercial y en otras facetas de la gestión empresarial con un alto grado de autonomía.
- G6. Adquirir una visión global y multicultural, aplicando los conocimientos y habilidades necesarias para organizar, dirigir y gestionar el área comercial de una empresa en el actual contexto económico.

Competencias específicas.

- E1. Conocer los principios y fundamentos de marketing.
- E2. Presentar la metodología para identificar los mercados prioritarios atendiendo a las características propias de cada empresa.
- E3. Saber analizar y aplicar los conceptos, principios y técnicas para elaborar un plan de marketing.
- E4. Desarrollar estrategias de marketing.
- E5. Ser capaz de aplicar políticas comerciales eficaces.
- E6. Diseñar y manejar sistemas de información.
- E7. Conocer las funciones que intervienen en la logística integral: aprovisionamiento, producción, distribución y evaluación logística.
- E8. Conocer las condiciones de implantación y gestión de puntos de venta.
- E9. Conocer los objetivos y las técnicas aplicadas en la investigación comercial.
- E10. Capacidad para identificar y evaluar oportunidades de negocio.
- E11. Conocer las diversas herramientas de comunicación comercial (publicidad, fuerza de ventas, relaciones públicas, promoción de ventas y propaganda).
- E12. Aprender a gestionar un equipo de ventas y las técnicas promocionales.
- E13. Ser capaz de tomar decisiones sobre la fijación de precios.
- E14. Ser capaz de tomar decisiones sobre la comercialización de productos y servicios.
- E15. Saber gestionar las relaciones con los clientes.
- E16. Comprender los principios del comportamiento del consumidor y las variables que lo condicionan.
- E17. Conocer y utilizar los conceptos matemáticos y estadísticos para formalizar y analizar situaciones de ámbito comercial.
- E18. Conocer y operar con herramientas informáticas aplicadas al comercio.
- E19. Dominar una lengua extranjera (inglés, francés, alemán) orientada a la actividad comercial.
- E20. Ser capaz de gestionar una operación internacional de importación/exportación.
- E21. Comprender el impacto del entorno jurídico en la empresa y en especial en el área comercial.
- E22. Desarrollar la capacidad emprendedora y creación de empresas comerciales.
- E23. Dominar los procedimientos contables y financieros aplicables al área comercial.
- E24. Buscar las fuentes de estudio de la actividad comercial y analizarlas en su contexto histórico.
- E25. Conocer los conceptos fundamentales de la economía.
- E26. Comprender la génesis y desarrollo, a lo largo del tiempo y del espacio, de los procesos económicos.
- E27. Dominar las técnicas de análisis y simulación que permitan resolver problemas de gestión comercial.



La *Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI* bajo el patrocinio de la UNESCO presentó en 1996 el informe titulado *La educación encierra un tesoro*, en el que se recogían las necesidades básicas del aprendizaje basado en cuatro pilares claves: “aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a vivir juntos” y, de este modo, garantizar que cada estudiante domine las aptitudes y actitudes requeridas para el desarrollo intelectual y moral del propio individuo y de la sociedad. En este Grado, ese objetivo se pretende conseguir a través del desarrollo de las siguientes competencias transversales:

Competencias transversales.

- T1. Adquirir la habilidad de aprendizaje y conocimiento de la bibliografía así como de las fuentes permanentes de información documental y estadística que le doten de la capacidad necesaria para continuar estudiando, investigando o aprendiendo de forma permanente y autónoma.
- T2. Alcanzar las habilidades necesarias para una correcta utilización de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en el ámbito de estudio y contexto profesional, como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, aprendizaje, trabajo cooperativo y para la gestión de cualquier operación comercial.
- T3. Aprender a comprender y respetar la diversidad social y la multiculturalidad como un componente enriquecedor personal y colectivo, con el fin de desarrollar la convivencia entre las personas sin incurrir en distinciones de sexo, edad, religión, etnia, condición social o política.
- T4. Saber comportarse de manera íntegra y consecuente con los principios y valores personales y profesionales (compromiso ético) teniendo en cuenta los distintos instrumentos éticos puestos a su disposición. Esto implica conocer los instrumentos éticos que regulan sus actuaciones profesionales, actuar con integridad y rectitud ante cualquier situación, incluso en situaciones desfavorables para sus propios intereses, ser respetuosos con las normas y leyes sin necesidad de ser vigilados o controlados, así como saber reconocer, aceptar y responsabilizarse de los errores cometidos y de sus posibles consecuencias.
- T5. Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, aceptando o refutando mediante razonamientos lógicos los argumentos de los demás y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo sobre la base del respeto mutuo.
- T6. Ser creativo, con iniciativa y espíritu emprendedor, consiguiendo la habilidad de ofrecer soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones convencionales, así como tener una buena predisposición a actuar de forma proactiva, poniendo en acción las ideas en forma de actividades y proyectos con el fin de explotar las oportunidades al máximo, asumiendo los riesgos necesarios.
- T7. Ser capaz tanto de reconocer situaciones nuevas (tanto en el entorno competitivo en el que va a desarrollar su labor profesional como en las metodologías de trabajo cambiantes), como de adaptarse a los cambios con versatilidad y flexibilidad.
- T8. Saber desarrollar y mantener un trabajo de calidad de acuerdo a las normas y gestionar por procesos utilizando indicadores de calidad para su mejora continua, mediante la utilización de indicadores que evalúan el progreso y los resultados, mediante una planificación y realización correcta de las actividades, buscando la mejora de forma permanente en todo lo que se hace, y mediante la participación en los procesos de autoevaluación asumiendo responsabilidades tanto como evaluador como evaluado.



4 Acceso y admisión de estudiantes.

4.1 Sistemas de:

a Información previa a la matriculación.

La Universidad de Valladolid se ocupa de los potenciales estudiantes que pueden acceder a sus aulas por los medios establecidos, ya sean estudiantes de secundaria, de formación profesional de tercer ciclo, mayores de 25 años, etc.... llevando a cabo acciones de difusión e información de la oferta formativa previa a la matrícula en dos vertientes estratégicas:

- Difusión e información institucional, de carácter general.
- Difusión e información propia de los distintos centros que forman parte de la Universidad de Valladolid.

La difusión e información previa a la matrícula de carácter institucional tienen como objetivo acercar la universidad al futuro estudiante facilitándole información básica sobre la institución y, en particular, sobre su oferta formativa, así como los procedimientos de matriculación y condiciones específicas de acceso a cada titulación. Por otra parte, a través de diversas acciones, se diseñan materiales, mecanismos y métodos de información que faciliten esta tarea a todo miembro de la comunidad universitaria que asuma responsabilidades en este ámbito.

Entre las acciones previamente mencionadas se encuentran las siguientes:

- Presentación de la Universidad de Valladolid y de su oferta formativa a través de:
 - Sesiones informativas en las provincias y localidades próximas sobre los estudios existentes, los perfiles académicos y profesionales vinculados, las competencias más significativas, los programas de movilidad y de prácticas y las salidas profesionales. Estas sesiones las realiza personal técnico especializado de la universidad junto con profesorado de sus diversos centros.
 - Jornadas de presentación en la propia Universidad de Valladolid a directores y responsables de servicios de orientación de centros de educación secundaria, formación profesional...
 - Jornadas de puertas abiertas fomentando la participación de futuros alumnos, padres, formadores, gestores de centros de formación...
- Edición y difusión de material informativo en distintos formatos (papel, Web, digital,...) de la oferta formativa y de los servicios de la Universidad como, por ejemplo:
 - **Guías de la oferta formativa UVa:** La Universidad edita unas guías de los distintos centros a través de la cual se informa sobre las vías y notas de acceso, sobre planes de estudios, sobre asignaturas obligatorias y optativas, sobre programas de prácticas y de movilidad, sobre perfiles académicos y profesionales, sobre las competencias más destacadas a desarrollar, sobre salidas profesionales de las titulaciones contempladas y, finalmente, sobre los posibles estudios complementarios que pueden cursarse posteriormente.
 - **La guía de matrícula:** Esta guía recoge información sobre cada titulación en términos de organización curricular, requisitos y protocolos de matriculación, exigencias y compatibilidades, etc...



- **La guía del alumno:** Información específica sobre quién es quién y qué es qué en la Universidad de Valladolid, indicando expresamente cuáles son los servicios que se prestan y cómo acceder a ellos, así como cualquier otro tipo de información que se considere de interés para los alumnos presentes y futuros.
- **Un vistazo a la UVa:** Se trata de un cuádruplo informativo sobre los datos más representativos de la Universidad: titulaciones y número de estudiantes, titulados, prácticas, etc., incluyendo una descripción de sus centros y de sus servicios y logística más representativa, así como de grupos e institutos de investigación y sus resultados, departamentos y su composición, etc.
- **La UVa en cifras:** Publicación anual que ofrece un riguroso tratamiento estadístico general de los aspectos más relevantes en el ámbito de la propia Universidad.
- **El “centro” en cifras:** Información específica de cada centro en términos estadísticos, facilitando así conocer en detalle sus características.
- **Información institucional en formato digital:** A través de múltiples canales adaptados al devenir tecnológico de los tiempos (Páginas Web, DVDs, USBs...) se proporciona la información relacionada en los apartados anteriores.
- **La Guía del Alumno,** elaborada por la E. U. de Estudios Empresariales de Valladolid que se proporciona de forma gratuita a todos los alumnos que se matriculan en el Centro y a todos aquellos futuros alumnos o centros de educación secundaria que lo soliciten. En la misma se informa sobre los grupos, horarios, asignaturas, profesores que lo imparten, fechas de exámenes, normativa interna para el cambio de las fechas de examen y el reglamento de ordenación académica de la UVA.
- **La página WEB “emp.uva.es”** elaborada por la E. U. de Estudios Empresariales. En ella se proporciona toda la información relativa a las características del Centro, las titulaciones y cursos que se imparten en él, el calendario académico, así como todas las actividades que se organizan en la Escuela.
- Presencia con stand propio en las ferias de formación más representativas, como **Aula** a nivel nacional, **Labora**, a nivel autonómico y otras ferias internacionales donde nuestra Universidad juega un papel relevante por sus acciones de difusión del español como lengua extranjera.
- Información presencial a través del **Centro de Orientación e Información al Estudiante**, el **Servicio de Alumnos** y las **Secretarías de los Centros**, donde se atienden las dudas de los futuros alumnos y se distribuyen los productos de información descritos previamente.
- Información directa y **online**, a través de los teléfonos de información de la universidad, los correos electrónicos de consulta y los mecanismos Web de petición de información. Consultas que son atendidas por los servicios descritos en el punto anterior y que facilitan la atención directa.

Por otra parte, la Universidad de Valladolid apoya que **cada centro**, ya sea con los medios institucionales antes mencionados o a través de su propia iniciativa, realice acciones de difusión e información previas a la matrícula con el objetivo de aprovechar sus conocimientos, contactos y medios propios para facilitar un acercamiento más profundo a su propia oferta formativa y sus servicios.

Concretamente, la E. U. de Estudios Empresariales de Valladolid a lo largo del curso lleva a cabo diversos actos informativos en diversos centros de educación secundaria de la provincia de Valladolid, por invitación de estos. En los próximos cursos tienen intención de reforzar estos actos tanto en contenido como en número, con el objetivo de dar a conocer el contenido del grado en Comercio, así como las posibilidades de empleo que tendrán los alumnos que lo cursen. En estos actos la Escuela estará acompañada por representantes de



las empresas e instituciones que apoyan la puesta en marcha de esta titulación. También, está previsto la elaboración de un video promocional del grado en Comercio que se repartirá de forma gratuita entre todos los institutos de Valladolid, en cuya elaboración también participarán las empresas y entidades antes mencionadas.

En cualquier caso, se establecen mecanismos de coordinación de dichas acciones entre los servicios y agentes centrales de la universidad y los propios de los centros con el objetivo de conocer, coordinar y potenciar los esfuerzos de información y difusión. Para ello, se utiliza un **sistema Web** donde los centros incluyen las acciones que tienen planificadas así como los medios y productos de difusión de desarrollo propio, estableciendo una base de datos específica.

La tipología de acciones que el centro puede desarrollar con el objeto de mejorar la difusión e información previa a la matriculación se apoya en aquellas diseñadas institucionalmente, sin repetir las. En cualquier caso, los centros pueden diseñar aquellas que consideren oportunas apostando por un grado de innovación más oportuno. Aquellas acciones que sean consideradas de interés institucional, podrán ser extrapoladas para toda la universidad y pasar a formar parte de los mecanismos de difusión e información institucionales.

Estos mecanismos de difusión e información previa a la matrícula se estructuran a través de los vicerrectorados responsables en materia de alumnos, ordenación académica, relaciones institucionales, planificación y calidad, y se desarrollan a través de los siguientes servicios:

- Servicio de alumnos.
- Centro de Orientación e Información al Estudiante (COIE).
- Gabinete de Estudios y Evaluación.
- Responsables de imagen corporativa, comunicación y prensa.
- Los recursos propios de los centros.

No olvidamos en este punto a los potenciales alumnos de la Universidad de Valladolid que acceden bien por el sistema de acceso para **mayores de 25 años**, bien desde **centros de formación profesional** y aquéllos que participan en las actividades dirigidas a “mayores” como son la **Universidad Millán Santos** y el **Programa Interuniversitario de la Experiencia de Castilla y León**. Por ello se establecen una serie de medidas dirigidas específicamente a estos futuros alumnos utilizando los medios antes mencionados pero adaptándolos a la especificidad de sus destinatarios.

Por otra parte, se hace también especial hincapié en organizaciones, empresas, administraciones y asociaciones que forman parte de los agentes de interés de nuestra universidad y que, por tanto, deben ser objeto de la difusión e información sobre la oferta formativa, servicios, actividad investigadora... de nuestra universidad, facilitando de esta forma un mejor conocimiento de la misma desde las propias bases del entorno social en que se encuentra enmarcada.

Incluimos en este apartado, para finalizar, un proceso que la Universidad de Valladolid realiza con el objeto de anticiparse a la demanda de nuestra oferta formativa, evaluar la validez de la misma y apoyar la orientación que se realiza para una mejor elección de un programa o titulación en concreto. De este modo, realizamos de forma periódica dos procesos paralelos:



- **La antena de grado de la UVA**, mecanismo encargado de cubrir dos aspectos fundamentales:
 - Detección de la demanda de nuestra oferta formativa por parte de estudiantes de secundaria. Para ello, en colaboración con los centros de educación secundaria y formación profesional de tercer ciclo, realizamos un sondeo sobre su interés formativo y profesional, conocimiento de la oferta formativa universitaria y prioridad de elección tanto de nuestra universidad como de los programas y áreas existentes.
 - Evaluación, a través de mesas de trabajo sectoriales compuestas por expertos, de las competencias y perfiles profesionales que son desarrolladas por cada una de las titulaciones.
- **El programa de apoyo UVA a la elección de titulación**, desarrollada principalmente en centros de educación secundaria, informando de los estudios existentes, perfiles académicos y profesionales vinculados, competencias a desarrollar más significativas, programas de movilidad y de prácticas y salidas profesionales.

Todas las acciones previstas se encuentran enmarcadas dentro de la estrategia general de la Universidad de Valladolid en materia de información, apoyo y orientación.

Esta estrategia plantea, entre otras, las acciones descritas en este punto a través del siguiente calendario de desarrollo, primero general, y para aquellas acciones concretas de información y orientación a la matricula, concretamos el calendario habitual.

¿Quién?	Formación previa	Formación Universitaria					Mercado Laboral
		Grado			Master	Doctora.	
		1º	2º 3º	4º			
1) Información y comunicación							
Guía oferta UVA	Ser. Alumnos	Mayo, previo matricula					
Guía de matrícula	Ser. Alumnos	Mayo.					
Guía del alumno	Ser. Alumnos	Mayo.					
La Uva en cifras	Gab. Est. Eva.	Febrero					
Un vistazo a la UVA	Gab. Est. Eva.	Febrero					
"Titt" "Centro" en cifras	Gab. Est. Eva.	Febrero					
La Uva al día	Comunicación	Periódico.					
2) Captación, acogida y adecuación.							
Antena de grado	Gab. Est. Eva.	Febrero					
Jorna. presentación UVA	Vic. Alumnos	Octubre					
Jorna. puertas abiertas	Vic. Alumnos	Enero - Abril					
Programa apoyo elección	V.Alu. Centros	Enero - Abril					
Conoce la UVA	Vic. Alumnos	Enero - Abril					
Comprobación de nivel	Centros						
Cursos O	Centros						
3) Tutoría, orientación y apoyo							
Tutores Coordinadores	V.Alu. Centros						
AVaUVA	V.Alu. Centros						
Tutores académicos	V.Alu. Centros						
Tutores laborales	V.Alu. Centros						
Servicios de apoyo	Servicios						
Foros de empleo	Coie / Funge.						
Orientación profesional	Coie / Funge.						
Servicios apoyo inserción	Coie / Funge.						
4) Evaluación, seguimiento y análisis.							
Evaluación académica	Centros						
Observatorio de empleo	Gab. Est. Eva.						
Seguimiento abandonos	Gab. Est. Eva.						
Evaluación de acciones	Gab. Est. Eva.						

En particular, las acciones, están previstas, de manera general en el ámbito temporal marcado en el cuadro, y en concreto, acciones como Conoce la UVA, se desarrollan entre los meses de enero y abril dependiendo de la



programación anual, al ser una actividad de carácter general de la Universidad y en el caso de ser precisos los cursos de nivelación, “cursos 0”, a la vista de los criterios definidos por el Comité Académico y de Calidad de la Titulación y de las necesidades de los alumnos de nuevo ingreso, serán programados en el primer cuatrimestre.

Perfil de ingreso específico para la titulación.

a.1

El Grado en Comercio está especialmente dirigido a los estudiantes interesados en dominar los diversos conocimientos, técnicas y habilidades relacionados con dos marcos conceptuales: Por un lado, la función comercial de una empresa, entendida como un área funcional dentro de las distintas áreas de la misma y, por otro, la actividad comercial, es decir, los aspectos comerciales de las operaciones transaccionales que se desarrollan en un mercado. Igualmente deberán estar motivados en el dominio de una segunda lengua (a elegir entre inglés, francés o alemán) así como en ampliar sus conocimientos en informática de gestión. En definitiva, está dirigido a aquellos alumnos que quieran convertirse en el tipo de profesional que, a día de hoy, más demandan las empresas de nuestro país.

Desde tal óptica el perfil del alumnado, aún siendo diverso, admite una categorización general que se presenta, no jerarquizada, a continuación:

1. Estudiantes que hayan cursado Bachillerato en la opción Ciencias Sociales, en especial si han cursado asignaturas relacionadas con la Economía.
2. Estudiantes que hayan cursado Bachillerato en la opción Humanidades, en especial si tienen habilidad con las lenguas extranjeras.
3. Estudiantes que hayan cursado Bachillerato en la opción Científico-Técnica, que estén interesados en el mundo de la actividad comercial o en crear su propio negocio.
4. Estudiantes que hayan cursado Ciclos Formativos de Grado Superior o equivalente relacionados, por sus diseños curriculares, con los contenidos formativos de la titulación. Especialmente, aquellos que proceden de estudios de la familia de Comercio y Marketing, deseosos de ampliar conocimientos para poder progresar dentro del organigrama de la empresa hasta alcanzar funciones directivas.
5. Estudiantes con estudios universitarios en áreas afines, en especial aquellos que procedan de otras ramas de la Economía, o que hayan cursado Derecho o alguna Ingeniería y quieran dominar las técnicas del mercado y una lengua extranjera comercial, lo que aumentará de manera sustancial su empleabilidad.
6. Cualesquiera otros estudiantes, incluidos los que hayan superado las pruebas de acceso para mayores de 25 años, con inquietudes económicas, interesados en aprender las técnicas de venta y marketing más avanzadas, la mejor forma de gestionar un negocio comercial y en apreciar el papel de la función comercial en el seno de la empresa actual, en la que más importante que producir es vender.

b Procedimiento de acceso.

De acuerdo con el Real Decreto 1892/2008, por el que se regulan las condiciones de acceso las enseñanzas universitarias y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas, los procedimientos para acceder a los estudios de grado de la Universidad de Valladolid:



1. El procedimiento de acceso a la universidad mediante la superación de una prueba, por parte de quienes se encuentren en posesión del título de Bachiller al que se refieren los artículos 37 y 50.2 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
2. El procedimiento de acceso a la universidad para estudiantes procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o de otros Estados con los que España haya suscrito Acuerdos Internacionales a este respecto, previsto por el artículo 38.5 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de Educación, que cumplan los requisitos exigidos en su respectivo país para el acceso a la universidad.
3. El procedimiento de acceso a la universidad para estudiantes procedentes de sistemas educativos extranjeros, previa solicitud de homologación, del título de origen al título español de Bachiller.
4. El procedimiento de acceso a la universidad para quienes se encuentren en posesión de los títulos de Técnico Superior correspondientes a las enseñanzas de Formación Profesional y Enseñanzas Artísticas o de Técnico Deportivo Superior correspondientes a las Enseñanzas Deportivas a los que se refieren los artículos 44, 53 y 65 de la Ley Orgánica 2/2006, de Educación.
5. El procedimiento de acceso a la universidad de las personas mayores de veinticinco años previsto en la disposición adicional vigésima quinta de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.
6. El procedimiento de acceso a la universidad mediante la acreditación de experiencia laboral o profesional, previsto en el artículo 42.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la anterior.
7. El procedimiento de acceso a la universidad de las personas mayores de cuarenta y cinco años, de acuerdo con lo previsto en el artículo 42.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la anterior.

En referencia al perfil de acceso recomendado, prioritariamente es el que corresponde a las vías concordantes del Bachiller y/o Ciclos Formativos de Grado Superior, todo y que también pueden admitirse los estudiantes procedentes de vías no concordantes, si existen plazas vacantes.

La Universidad da difusión de las vías de acceso a través de la web. Por otra parte la Universidad de Valladolid distribuye folletos con esta información entre los posibles candidatos.

A su vez, tal y como explicamos a lo largo de este punto, las acciones de información a los futuros alumnos están especializadas dependiendo de las áreas formativos y el interés de los mismos.

c Procedimientos de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso.

La Universidad de Valladolid considera, dentro de sus estrategias para la dar a conocer la institución y orientar a sus estudiantes que el momento inicial de su relación con ellos es uno de los más críticos. Así, dando la continuidad lógica y coherente a las tareas realizadas de información previas a la matrícula se establecen ahora nuevos mecanismos de orientación y apoyo a lo largo del desarrollo de los programas formativos para los que ya son estudiantes de pleno derecho. En concreto:

- Realización de acciones de divulgación y orientación de carácter grupal, generales o de centro por medio del programa "**Conoce la UVa**".
- Acciones de **diagnóstico de conocimientos básicos** sobre la titulación y el correspondiente programa formativo.
- Acciones de fortalecimiento de conocimientos básicos considerados como prerrequisitos por parte de ciertos programas formativos mediante la impartición de "**Cursos Cero**".



- Sistemas de **mentoría** protagonizados por alumnos de cursos superiores a través del programa de "**Apoyo Voluntario entre Alumnos Uva: AVaUVa**".
- Sistemas de **orientación y tutoría individual** de carácter inicial, integrados en los procesos de orientación y tutoría generales de la Universidad de Valladolid, y que comienzan a desarrollarse mediante la asignación a cada estudiante de un tutor de titulación que será responsable de orientar al estudiante de forma directa, o bien apoyándose en los programas mentor, en el marco del programa formativo elegido por éste. Para ello, realizará una evaluación diagnóstica de intereses y objetivos del alumno, elaborará o sugerirá planes de acciones formativas complementarias, ayudará a planificar programas de hitos o logros a conseguir, fijará reuniones de orientación y seguimiento... con el fin de orientar y evaluar los progresos del alumno a lo largo de la titulación.

La E. U. de Estudios Empresariales de Valladolid el primer día de clase lleva a cabo dos sesiones informativas, una para los alumnos de nuevo ingreso del turno de mañana y otra para los del turno de tarde. En ese acto se les da la bienvenida a un Centro con más de 120 años de historia, se les presenta al equipo directivo y se les da unas orientaciones generales sobre la vida académica del Centro relacionadas con las materias que se van a impartir, los grupos y los horarios, los sistemas de evaluación, la asistencia a clase, la forma de obtener créditos de libre configuración y las diversas actividades que organiza el Centro a lo largo del año. En estas sesiones también participa la directora de la biblioteca que informa sobre el funcionamiento de la misma y asesora a los nuevos alumnos sobre el modo en que pueden utilizar sus servicios.

4.2 Condiciones o pruebas de acceso especiales.

No están previstas condiciones o pruebas de acceso especiales para el acceso a esta titulación.

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

La Universidad de Valladolid tiene definido un procedimiento de apoyo y orientación a los estudiantes una vez matriculados. Este procedimiento se establece en dos momentos diferenciados en función del estudiante al que va dirigido:

1. El procedimiento de apoyo y orientación a los alumnos de primera matrícula.
2. El procedimiento de apoyo y orientación al resto de alumnos.

Esta diferencia se establece por la naturaleza de la problemática específica que afecta al momento de acceso al mundo de la educación superior, estableciendo así mecanismos de información, apoyo y orientación de carácter especial a los alumnos de primera matrícula con los siguientes objetivos:

- Facilitar el ingreso de los estudiantes recién matriculados a la universidad, así como apoyar el desarrollo del primer año de formación universitaria.



- Mejorar el conocimiento que sobre nuestra universidad tiene dichos estudiantes y su entorno.
- Proporcionar al propio personal docente información sobre los conocimientos y la adecuación a la formación universitaria con la que acceden tales estudiantes.
- Iniciar el proceso de tutoría y seguimiento de los estudiantes de la Universidad de Valladolid en su primer y, sin duda, más complejo curso universitario.

De esta forma se establecen dos tipos de acciones genéricas:

- Aquellas que son establecidas por la Universidad con carácter general y cuya responsabilidad de realización recae en los servicios centrales de la propia institución.
- Aquellas que son descritas con carácter general, dentro del catálogo de acciones de apoyo y orientación a estudiantes de nuevo ingreso, pero que cada centro es responsable de aplicar o no según las necesidades y características de la formación impartida y del perfil del alumno de nuevo ingreso.

Por otra parte, con independencia de estas acciones, el centro puede diseñar y desarrollar las que consideren oportunas siempre y cuando se realicen de manera coordinada con los servicios centrales de la universidad y se facilite también a través de tales acciones la oportuna información de carácter institucional. Así, la Universidad de Valladolid se dota de un mecanismo estándar de apoyo a nuevos estudiantes, pero al mismo tiempo permite la flexibilidad de las acciones facilitando la adaptación a la formación impartida, a las características del centro y al perfil del alumno de nuevo ingreso.

Las acciones a las que se acaba de hacer referencia son diversas, destacando las siguientes:

- a) **Creación y distribución de materiales de información y divulgación:** dentro del apartado de información y difusión, hemos descrito documentación, distribuida en varios formatos, que tiene como objeto permitir un mejor conocimiento de nuestra Universidad. De esta forma, a través de productos como la *Guía de la Oferta Formativa de la UVa*, la *Guía de Matrícula*, la *Guía del Alumno*, *Un Vistazo a la UVa*, *La UVa en Cifras*, *El "Centro" en Cifras*, la propia página Web de la Universidad de Valladolid, y otros productos más específicos como los que hacen referencia a servicios concretos como el Servicio de Deportes -entre otros-, a prácticas en empresas, a estudios en el extranjero, o la propia *tarjeta UVa*, configuran un sistema de información muy útil para el alumno. Además, la E. U. de Estudios Empresariales de Valladolid edita su propia "*Guía del Alumno*", que se proporciona de forma gratuita a todos los alumnos que se matriculan en el Centro, en la que se informa sobre los grupos, horarios, asignaturas, profesores que lo imparten, fechas de exámenes, normativa interna para el cambio de las fechas de examen y el reglamento de ordenación académica de la UVA.
- b) Realización de acciones de **divulgación y orientación** de carácter grupal, generales o de centro por medio del programa "**Conoce la UVa**". En este sentido, la Universidad de Valladolid organiza acciones de información que facilitan a los nuevos alumnos un conocimiento inicial de quién es quién en la Institución,



dónde se encuentran los centros y servicios de utilidad para el estudiante, cuál es el funcionamiento de los mismos y cómo acceder a ellos. Al mismo tiempo se programan cursos de introducción general al funcionamiento de la universidad donde se presentan por parte de los responsables académicos y los responsables administrativos de los distintos servicios el funcionamiento de éstos. Así por ejemplo, los estudiantes reciben información detallada sobre aspectos académicos y organizativos de la universidad, sobre la estructura y los órganos de decisión, las posibilidades de participación estudiantil, los programas de intercambio y movilidad, las becas y ayudas, las prácticas, deportes,...

- c) Acciones de diagnóstico de conocimientos básicos necesarios o recomendables para cursar la titulación elegida. En este sentido, existe la posibilidad, según la titulación, de realizar unos test de nivel que permitan conocer a los responsables académicos el estado de los nuevos alumnos respecto a las materias que van a impartir y la situación respecto a las competencias que se van a desarrollar. El test no tiene un carácter sumativo, sino únicamente de puesta en situación, tanto para los nuevos alumnos, como para los responsables académicos, información que es de mucho interés para facilitar el desarrollo de los programas formativos a través de un mejor conocimiento de quienes lo van a recibir.
- d) Acciones de fortalecimiento de conocimientos básicos a través de formación específica o “**Cursos Cero**”. En esta línea, si se cree conveniente y de forma sistemática, o bien de forma esporádica una vez analizado el nivel cognitivo de los estudiantes de primer año, se establecen cursos cero de apoyo, refuerzo o nivelación en contenidos disciplinares o nucleares inherentes a la titulación que comienzan a desarrollar los estudiantes. Esto es, se sientan las bases propias de algunas de las materias y competencias que empezarán a ser desarrolladas en la propia titulación y que permiten cubrir posibles “gap” de conocimientos, así como mejorar la orientación hacia dicha titulación.
- e) Sistemas de mentoría por alumnos de cursos superiores a través del programa de “**Apoyo Voluntario entre Alumnos UVa**” **AVaUVa**: Existe la posibilidad de desarrollar la figura del estudiante mentor, programa que permite, a un estudiante de cursos superiores, con ciertas características académicas, de resultados probados o de participación en la vida universitaria, desarrollar tareas de orientación, apoyo e información a un alumno o a un grupo de alumnos de nuevo ingreso. Dicha actividad estará supervisada por un responsable académico que diseñará las acciones de interés más adecuadas a la vista de la situación de los estudiantes de nuevo ingreso. Este programa de apoyo no sólo genera beneficios a los alumnos de nuevo ingreso, como puede ser un mejor y más rápido ingreso en la vida universitaria, sino que también facilita un mayor conocimiento de estos alumnos a los responsables académicos de la titulación correspondiente. Por otra parte, el alumno mentor desarrolla habilidades y competencias de carácter transversal relacionadas con sus habilidades sociales.
- f) **Sistemas de orientación y tutoría individual de carácter inicial**: La Universidad de Valladolid tiene establecido un sistema de orientación y tutoría de carácter general desarrollado a través de tres acciones y que permiten que el alumno se sienta acompañado a lo largo del programa formativo ayudándole a desarrollar las competencias específicas o transversales previstas. Este sistema se estructura en tres figuras: la tutoría vinculada a materias, la vinculada a programas de prácticas y la relacionada con la titulación en su faceta más global. Este sistema, que describimos más adelante, comienza con la asignación a cada estudiante de un tutor general de titulación quien, independientemente de las pruebas de nivel, cursos cero o acciones de información en las que participe, será responsable de apoyar al estudiante de forma directa, o bien a través de los programas mentor, de los servicios de orientación y apoyo generales de la propia universidad y de los programas de orientación y apoyo propios del centro, cuando existan. Para ello realizará una evaluación de intereses y objetivos del alumno, elaborará planes



de acciones formativas complementarias, ayudará a fijar programa de ítems a conseguir, establecerá reuniones de orientación y seguimiento, y cuantas otras acciones considere oportunas con el fin de orientar y evaluar los progresos del alumno a lo largo de su presencia en la titulación.

- g) **Sesiones de acogida:** La E. U. de Estudios Empresariales de Valladolid el primer día de clase lleva a cabo dos sesiones informativas, una para los alumnos de nuevo ingreso del turno de mañana y otra para los del turno de tarde. En ese acto se les da la bienvenida a un Centro con más de 120 años de historia, se les presenta al equipo directivo y se les da unas orientaciones generales sobre la vida académica del Centro relacionadas con las materias que se van a impartir, los grupos y los horarios, los sistemas de evaluación, la asistencia a clase, la forma de obtener créditos de libre configuración y las diversas actividades que organiza el Centro a lo largo del año. En estas sesiones también participa la directora de la biblioteca que informa sobre el funcionamiento de la misma y asesora a los nuevos alumnos sobre el modo en que pueden utilizar sus servicios.

El procedimiento de apoyo, orientación y tutoría para el resto de alumnos tiene como objetivos:

- Acompañar y apoyar al estudiante en el proceso de aprendizaje y desarrollo de las competencias propias de su titulación.
- Permitir al estudiante participar activamente no sólo en la vida universitaria, sino también en el acercamiento al mundo laboral hacia el que se orienta la titulación elegida.
- Dar a conocer al estudiante el horizonte profesional relacionado con su titulación y facilitarle el acceso a su desarrollo profesional una vez finalizada la titulación.
- Evaluar la evolución equilibrada en el programa formativo apoyando en la toma de decisiones.

El procedimiento de apoyo, orientación y tutoría se lleva a cabo a través de las siguientes acciones:

- a) Conocimiento e información sobre el funcionamiento de la Universidad de Valladolid, “**Conoce la UVa**”. Si bien esta es una acción dirigida a los alumnos de nuevo ingreso, se facilita información sobre la misma con carácter general permitiendo que cualquier alumno, independientemente del año que curse, pueda conocer en profundidad el entorno universitario y las oportunidades que se ofrecen.
- b) Servicios de información sobre las actividades de la Universidad de Valladolid: “**La UVa al día**”. Dentro de este epígrafe se encuentra todos los medios de información institucionales, de centro, o de aquellos servicios o organismos relacionados, que facilitan información sobre todo tipo de actividades de interés que pueden ser consultados por los estudiantes a través de distintos canales como:
- Medios de comunicación de la Universidad.
 - Web de la UVa.
 - Sistemas de información físico de los centros.
 - ...



- c) **Sistema de orientación y tutoría académica y competencial.** Este sistema desarrollado a través de dos modelos coordinados y complementarios de tutoría, facilita la evolución del estudiante a través del programa formativo elegido y el desarrollo de las competencias relacionadas, ya sean específicas o transversales, con el fin de facilitar la consecución de los conocimientos y competencias que le capaciten profesionalmente al finalizar el programa formativo. Para ello, se han diseñado dos tipos de tutorías, una de acompañamiento a lo largo de la titulación y otra específica de materia:
- o Sistema de orientación de titulación: esta orientación se ofrece a través de los/las tutores/as académicos/as de la titulación. Se trata de una figura transversal que acompaña y asesora al estudiante a lo largo de su trayectoria académica, detecta cuándo existe algún obstáculo o dificultad y trabaja conjuntamente con el resto de tutores en soluciones concretas. La finalidad de este modelo de orientación es facilitar a los estudiantes herramientas y ayuda necesaria para que puedan conseguir con éxito tanto las metas académicas como las profesionales marcadas, ayudándole en su integración universitaria, en su aprovechamiento del itinerario curricular elegido y en la toma de decisiones académicas, en particular las orientadas a la realización de prácticas y de actividades complementarias.
 - o Sistemas de orientación de materia: esta orientación la lleva a término el profesor propio de cada asignatura con los estudiantes matriculados en la misma. La finalidad de esta orientación es planificar, guiar, dinamizar, observar y evaluar el proceso de aprendizaje del estudiante teniendo en cuenta su perfil, sus intereses, sus necesidades, sus conocimientos previos, etc.

El plan de acción tutoría, dentro del marco general descrito por la Universidad, será desarrollado por el centro, que es el responsable del programa formativo, y de la consecución de los resultados por parte de sus alumnos.

La tutoría, ya sea de uno u otro tipo, independientemente de que la formación sea de carácter presencial o virtual, podrá llevarse a cabo de forma presencial o apoyarse en las tecnologías que permitan la comunicación virtual.

- d) Sistema de **tutoría académica complementaria.**
- o Sistemas de mentoría por parte de alumnos de cursos superiores a través del programa de “Apoyo Voluntario entre Alumnos UVa” AVaUVa. Este sistema, descrito ya entre aquellos dirigidos a los alumnos de primer año, puede ser utilizado para apoyar a estudiantes con determinadas dificultades que necesiten un apoyo especial, convirtiéndose así en una herramienta de utilidad que el tutor general de la titulación puede elegir para potenciar determinadas soluciones para uno o un grupo de alumnos concretos.
- e) **Orientación profesional específica** dentro del programa formativo. El programa formativo lleva consigo el desarrollo práctico del mismo así como un enfoque dirigido al desarrollo profesional por medio de las competencias establecidas. Por ello, el enfoque práctico y profesional tiene que tener cabida a través de prácticas de acercamiento y conocimiento de los ámbitos profesionales en los que el futuro titulado habrá de trabajar.
- o Sistema de tutoría de las prácticas externas para estudiantes, ya sean académicas o no, de carácter nacional o internacional. La formación práctica dirigida a desarrollar las competencias correspondientes establecidas en el programa formativo se realiza a través de sistemas de prácticas externas y académicas. Así, los estudiantes desarrollan un programa descrito, planificado y tutelado por personal académico y agentes externos que comprueban que dicho



programa se está llevando a cabo de la forma adecuada y que los resultados son los pretendidos. Del mismo modo, a través de la relación continua con el estudiante en prácticas y entre ambos tutores, o bien por medio de los distintos sistemas de evaluación fijados, pueden detectarse problemas formativos y buscar soluciones concretas.

- o Cursos de orientación profesional específicos que presenten distintos escenarios profesionales y distintas posibilidades que nuestros estudiantes han de contemplar a la hora de planificar su futuro laboral. Para ellos se cuenta con la presencia de profesionales y expertos de múltiples sectores.
- f) **Orientación profesional genérica.** Si el fin de nuestros programas formativos es desarrollar unas competencias que puedan capacitar académicamente y profesionalmente a nuestros estudiantes, es lógico contemplar dentro del sistema de orientación y apoyo una serie de acciones que faciliten el ingreso al mercado laboral. Para ello, hemos diseñado una serie de acciones de capacitación y servicios, que pueden ser utilizados por nuestros estudiantes como:
- o Cursos de orientación profesional: Cursos de duración corta que ponen en contacto al estudiante con herramientas necesarias en el mercado laboral tales como cómo diseñar un currículo, cómo afrontar una entrevista,...
 - o Cursos de creación de empresas: Se pretende potenciar el espíritu emprendedor a través de cursos cortos que facilitan las herramientas necesarias para a la práctica ideas emprendedoras.
 - o Servicio de información y orientación profesional de la Universidad de Valladolid: A través de este servicio se facilita información relacionada con el mercado laboral y las salidas profesionales a las que el estudiante puede acceder, además de facilitar un trato directo y personal y proporcionar herramientas e información concreta a las demandas específicas del alumno.
 - o Feria de empleo de la Universidad de Valladolid: UVa empleo y FiBest. La Universidad de Valladolid realiza una feria de empleo con carácter anual que permite poner en contacto a estudiantes con empresas e instituciones así como desarrollar una serie de actividades con el objeto de mejorar el conocimiento de éste por parte de nuestros alumnos y facilitar el acceso al primer empleo.
- g) **Orientación profesional y apoyo a la inserción laboral.** La Universidad de Valladolid cuenta con un servicio de empleo que, más allá de la asistencia a los estudiantes, se ocupa de dar servicio a los titulados de nuestra Universidad permitiendo cerrar el ciclo con el apoyo para la inserción laboral de calidad. De esta forma, se plantean servicios como:
- o Sistema de tutoría de las prácticas de inserción laboral para titulados, ya sean de carácter nacional o internacional que, al igual que las prácticas para estudiantes, permiten el desarrollo de prácticas profesionales con el objeto de facilitar la inserción laboral de los mismos y cuentan con el apoyo de tutores académicos y agentes externos que velan por el buen desarrollo del programa de prácticas descrito de acuerdo con las competencias propias de la titulación, promoviendo la inserción laboral de calidad.
 - o Orientación profesional y apoyo en la búsqueda de empleo: Servicio de apoyo, información y orientación para aquellos titulados universitarios que están buscando empleo, ya sea por cuenta



ajena o propia, a través de servicios personalizados y herramientas de información sobre ofertas, herramientas para la búsqueda de empleo, etc.

a) Acciones de difusión que el centro realiza directamente.

- CURSO DE PREPARACIÓN PARA LOS ESTUDIOS DE CIENCIAS EMPRESARIALES
- CURSO DE ESPECIALISTA UNIVERSITARIO EN ECONOMÍA Y CONSUMO
- MÁSTER UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES
- MÁSTER UNIVERSITARIO EN CONSULTORÍA Y GESTIÓN DE PROCESOS DE DESARROLLO ORGANIZATIVO
- CURSO MONOGRÁFICO: ECONOMÍA DE LOS MUSEOS. ANÁLISIS Y EXPERIENCIAS
- JORNADAS DE EVALUACIÓN Y CONSULTORÍA
- JORNADAS SOBRE “NUEVAS ENERGÍAS, IMPACTO SOCIAL Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA”
- JORNADAS DE EMPRENDEDORES
- CERTAMEN DEL EMPRESARIO DEL AÑO
- CONGRESO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA DE LA LENGUA CHINA. Organizado junto con el Centro Cultural Chino.
- CURSO INTENSIVO DE CHINO COMUNICATIVO Y COMERCIAL
- CURSOS DE HINDI en colaboración con la Casa de la India y la Fundación General de la Uva (Departamento de Formación).
- CICLO DE CONFERENCIAS SOBRE ECONOMÍAS Y SOCIEDADES DE AUSTRALASIA
- SEMINARIOS ACADÉMICOS DEL CONSEJO SOCIAL. ACTUALIDAD SOCIOLABORAL EN CASTILLA Y LEÓN
- ENTREGA DE PREMIOS DE DEPORTE
- PLAN ANUAL DE VISITAS A EMPRESAS (Emina / Matarromera, Vivero de Empresas, Emilio Esteban, S.A., BMC Maderas, Renault España, INDITEX, etc).
- PREMIO EXTRAORDINARIO DE DIPLOMATURA
- TALLER DE CREACIÓN DE EMPRESAS
- PREMIO CREACIÓN DE EMPRESAS. Organizado por la Asociación Certamen Empresario del Año, en colaboración con el Consejo Social de la Universidad de Valladolid, Cámara Oficial de Comercio e Industria de Valladolid, Ayuntamiento de Valladolid, Confederación Vallisoletana de Empresarios (CVE) y Seniors Españoles para la Colaboración Técnica (SECOT).



4.4 **Transferencia y reconocimiento de créditos: sistema propuesto por la Universidad.**

El procedimiento para la transferencia y reconocimiento de créditos del presente plan de estudios se atiene a lo establecido en el artículo 13 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias. Es decir, **respetará las siguientes reglas básicas:**

- Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a las materias de formación básica de dicha rama.
- Serán también objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas otras materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento del título al que se pretende acceder.
- El resto de los créditos podrán ser reconocidos por la Universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o bien que tengan carácter transversal^[1].

Los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por los/las estudiantes 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^[2].

Todos los créditos obtenidos por el/la estudiante en estudios oficiales cursados en cualquier universidad, tanto los transferidos como los cursados para la obtención del correspondiente título, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título^[3].

La Universidad de Valladolid, en cualquier caso, se encuentra en un proceso de modificación de este apartado, cuya propuesta alternativa será llevada en breve a su aprobación por los órganos correspondientes.

Por su parte, la E. U. de Estudios Empresariales de Valladolid, en conjunción con la E. U. de Empresariales del resto de España a través de REDCOM (Red de Grado en Comercio), está trabajando para que los dos primeros años del título de grado en Comercio sean convalidables en todos los centros en los que se imparta esta titulación en España, de forma que no exista ningún tipo de traba para que los alumnos se puedan mover por el territorio nacional. Una vez que las titulaciones de Comercio o Gestión Comercial se pongan en marcha en las diversas universidades, estos acuerdos a los que se ha llegado entre las Escuelas, deberán ser ratificados por los respectivos órganos de gobierno de las universidades implicadas

^[1] *Protocolo de Evaluación para la Verificación de Títulos Universitarios Oficiales*, ANECA, V.5.0.- 20/12/07, p. 14.

^[2] *Guía de apoyo para la elaboración de la Memoria para la Solicitud de Verificación de Títulos Oficiales*, v.1. 21/12/07, p. 13.

^[3] *Ibidem*, p. 13.



5 Planificación de las enseñanzas

5.1 Estructura de las enseñanzas:

- a Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia.

Total créditos ECTS:		240
Tipo de materia:	Formación básica	60
	Obligatorias	108
	Optativas	45
	Prácticas externas	18
	Trabajo fin de grado	9

- b Explicación general de la planificación del plan de estudios.

Planificación de las enseñanzas

Distribución del plan de estudios.

Los planes de estudios de los nuevos Grados tienen, de acuerdo con lo establecido por el Ministerio 240 créditos ECTS, es decir, 4 años de duración, dado que en curso tiene una carga docente de 60 créditos ECTS.

Un crédito ECTS implica que entre 25 y 30 horas de trabajo del alumno. Teniendo en cuenta las disposiciones del Ministerio, eso supone unas 10 horas de clases presenciales del profesor: clases magistrales, tutorías colectivas, seminarios, tutorías de trabajos, etc.

Las asignaturas troncales deben ser de 6 créditos ECTS, 9 ó 12, aunque la recomendación del Ministerio y de la Universidad es que se sean de 6 ECTS, lo que equivaldría a unas cuatro horas a la semana de trabajo con el profesor a lo largo de un semestre. En las optativas sí existe la posibilidad de incluir asignaturas de 3 ó 4,5 créditos ECTS.

Las asignaturas pueden ser de cuatro tipos:

- **Básicas:** Estas tienen que ser escogidas entre las establecidas por el Ministerio en el Real Decreto de Grado y Postgrado de 2007 y deberán ser 10 de seis créditos cada una. Éstas son las que serían convalidables cuando un alumno se cambia de carrera. De estas 10 asignaturas, al menos 6 deben ser de las establecidas para el área jurídico y social (las denominadas propias) y el resto se pueden escoger entre las establecidas para el resto de las ramas.
- **Troncales:** Son obligatorias para todos los alumnos, las pone el Centro.
- **Optativas:** Los alumnos eligen entre la oferta de optativas aquellas que consideran oportunas hasta 45 créditos ECTS que son necesarios para completar los 240 créditos.
- **Prácticas Externas (en Empresas o Instituciones) y Trabajo de Fin de Grado:** Su valor será en conjunto de 27 créditos, obligatorios para todos los alumnos.

**Distribución de Módulos, materias y asignaturas.**

El plan de Estudios del Grado en Comercio se articula en los siguientes módulos formativos:

MÓDULO DE ENTORNO ECONÓMICO

Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter
Historia y Estructura Económica	Historia Económica del Comercio	6	Básica
	Economía Española y Mundial	6	Básica
	Áreas Geográficas del Comercio Internacional	6	Optativa
Teoría Económica	Introducción a la Teoría Económica	6	Básica
	Microeconomía	6	Optativa
	Macroeconomía	6	Optativa

MÓDULO DE ENTORNO LEGISLATIVO

Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter
Derecho Civil	Fundamentos del Derecho	6	Básica
	Contratos Civiles Especiales	3	Optativa
Derecho Comercial	Derecho Comercial	6	Obligatoria
	Contratos Mercantiles	6	Optativa
	Derecho del Mercado	6	Optativa
	Urbanismo Comercial	3	Optativa
Derecho Fiscal	Fiscalidad de las Operaciones Comerciales I	6	Obligatoria
	Fiscalidad de las Operaciones Comerciales II	3	Optativa
Derecho Laboral	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	6	Obligatoria

MÓDULO DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter
Comunicación	Comunicación Comercial: Publicidad y Promoción de Ventas	6	Obligatoria
	Negociación Intercultural	6	Optativa
	Técnicas de Comunicación	6	Optativa
	Lengua Extranjera I	6	Básica
	Lengua Extranjera II	6	Obligatoria
	Lengua Extranjera III	6	Optativa
Marketing	Fundamentos de Marketing	6	Obligatoria
	Comercio Electrónico	6	Obligatoria
	Logística II	6	Obligatoria
	Investigación de Mercados	6	Obligatoria
	Gestión de Ventas y Proceso Comercial	6	Obligatoria
	Comercio Exterior	6	Obligatoria
	Aplicaciones Sectoriales del Marketing	6	Optativa
Comportamiento del Consumidor	Comportamiento del Consumidor	6	Obligatoria

MÓDULO DE ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter
Contabilidad	Fundamentos de Contabilidad Financiera	6	Básica
	Análisis y Control de Gestión	6	Obligatoria
	Auditoría Interna de las Operaciones Comerciales	6	Optativa
Organización de Empresas I	Organización de Empresas	6	Básica
	Logística I	6	Obligatoria
	Dirección de Recursos Humanos y Gestión de Fuerza de Ventas	6	Obligatoria
Finanzas I	Dirección Financiera	6	Obligatoria



	Financiación de PYMEs y Operaciones Comerciales	6	Obligatoria
	Operaciones Financieras Aplicadas al Comercio	6	Optativa

MÓDULO DE HERRAMIENTAS INSTRUMENTALES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter
Matemáticas	Matemáticas Comerciales	6	Básica
	Métodos de Optimización para el Comercio	6	Optativa
Estadística	Introducción a la Estadística	6	Básica
	Estadística Comercial	6	Obligatoria
	Métodos y Programación Estadística	6	Optativa
	Técnicas Multivariantes	3	Optativa
Informática	Informática Aplicada a la Gestión Comercial I	6	Obligatoria

MÓDULO DE GESTIÓN INTEGRAL DE EMPRESAS COMERCIALES

Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter
Organización de Empresas II	Gestión de la Calidad y del Medioambiente	6	Optativa
	Responsabilidad Social de la Empresa y Ética Comercial	3	Optativa
	Informática Aplicada a la Gestión Comercial II	6	Optativa
Derecho laboral	Prevención de Riesgos Laborales	6	Optativa

MÓDULO DE INICIATIVA EMPRENDEDORA

Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter
Organización de Empresas III	Dirección Estratégica. Toma de Decisiones	3	Optativa
	Creación de Empresas	3	Optativa
Finanzas II	Plan Económico y Financiero	6	Optativa
	Juego de Simulación Empresarial	3	Optativa

MÓDULO PRÁCTICUM

Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter
Prácticum	Prácticas Externas (en Empresas o Instituciones)	18	Obligatoria
	Trabajo de Fin de Grado	9	Obligatoria

Secuenciación de módulos y asignaturas.

1º semestre del Primer Curso.

Módulo	Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter
Entorno Económico	Historia y Estructura Económica	Historia Económica del Comercio	6	Básica
	Teoría Económica	Introducción a la Teoría Económica	6	Básica
Entorno Legislativo	Derecho Civil	Fundamentos del Derecho	6	Básica
Actividad Empresarial	Organización de Empresas I	Organización de Empresas	6	Básica
Herramientas Instrumentales y Nuevas Tecnologías	Matemáticas	Matemáticas Comerciales	6	Básica

2º semestre del Primer Curso.

Módulo	Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter
Entorno Económico	Historia y Estructura Económica	Economía Española y Mundial	6	Básica
Marketing y Comunicación	Comunicación	Lengua Extranjera I	6	Básica



Actividad Empresarial	Contabilidad	Fundamentos de Contabilidad Financiera	6	Básica
Herramientas Instrumentales y Nuevas Tecnologías	Informática	Informática Aplicada a la Gestión Comercial I	6	Básica
	Estadística	Introducción a Estadística	6	Básica

1º semestre del Segundo Curso.

Módulo	Materia	Asignatura	ECTS	Carácter
Marketing y Comunicación	Comunicación	Lengua Extranjera II	6	Obligatoria
	Marketing	Fundamentos de Marketing	6	Obligatoria
		Comercio Electrónico	6	Obligatoria
Actividad Empresarial	Finanzas I	Dirección Financiera	6	Obligatoria
Herramientas Instrumentales y Nuevas Tecnologías	Estadística	Estadística Comercial	6	Obligatoria

2º semestre del Segundo Curso.

Módulo	Materia	Asignatura	ECTS	Carácter
Entorno Legislativo	Derecho Comercial	Derecho Comercial	6	Obligatoria
Marketing y Comunicación	Marketing	Comunicación Comercial: Publicidad y Promoción de Ventas	6	Obligatoria
	Comportamiento del Consumidor	Comportamiento del Consumidor	6	Obligatoria
Actividad Empresarial	Finanzas I	Financiación de PYMEs y Operaciones Comerciales	6	Obligatoria
	Contabilidad	Análisis y Control de Gestión	6	Obligatoria

1º semestre del Tercer Curso.

Módulo	Materia	Asignatura	ECTS	Carácter
Entorno Legislativo	Derecho Fiscal	Fiscalidad de las Operaciones Comerciales I	6	Obligatoria
	Derecho laboral	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	6	Obligatoria
Marketing y Comunicación	Marketing	Gestión de Ventas y Proceso Comercial	6	Obligatoria
Actividad Empresarial	Organización de Empresas I	Logística I	6	Obligatoria
		Dirección de Recursos Humanos y Gestión de Fuerza de Ventas	6	Obligatoria

2º semestre del Tercer Curso.

Módulo	Materia	Asignatura	ECTS	Carácter
Marketing y Comunicación	Marketing	Logística II	6	Obligatoria
		Investigación de Mercados	6	Obligatoria
		Comercio Exterior	6	Obligatoria
		Optativas	12	Optativa

1º semestre de Cuarto Curso.

Módulo	Materia	Asignatura	ECTS	Carácter
		Optativas	30	Optativa



2º semestre de Cuarto Curso.

Módulo	Materia	Asignatura	ECTS	Carácter
Prácticum	Prácticum	Optativas	3	Optativa
		Prácticas Externas (en Empresas o Instituciones)	18	Obligatoria
		Trabajo de Fin de Grado	9	Obligatoria

Descripción materias y competencias formación básica.

En cumplimiento de lo dispuesto por el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, el plan de estudios deberá contener un mínimo de 60 créditos básicos, de los que, al menos, 36 estarán vinculados a algunas de las materias que figuran en el anexo II del Real Decreto para la rama de conocimiento a la que se pretenda adscribir el Título, en este caso la de Ciencias Sociales y Jurídicas. Estas materias deberán concretarse en asignaturas con un mínimo de 6 créditos cada una y serán ofertadas en la primera mitad del plan de estudios.

Los créditos restantes hasta 60, en su caso, deberán estar configurados por materias básicas de la misma u otras ramas de conocimiento incluidas en el anexo II del citado Real Decreto u otras materias, siempre que se justifique su carácter básico para la formación inicial del estudiante o su carácter transversal.

La Comisión de Planes de Estudios del Centro acordó incluir todas las materias básicas en primer curso para, de esta forma, facilitar la movilidad de nuestros estudiantes con otras titulaciones afines, de modo que, si alguno de nuestros alumnos decide cambiarse de titulación una vez superado el primer curso no le suponga haber perdido un año, dado que según lo establecido en el artículo 13 del citado Real Decreto, "Siempre que el Título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a las materias de formación básica de dicha rama".

Las materias básicas fijadas en el Título han sido las siguientes:

1º semestre del Primer Curso.

Materia básica	Asignatura	ECTS
Historia	Historia Económica del Comercio	6
Economía	Introducción a la Teoría Económica	6
Derecho	Fundamentos del Derecho	6
Empresa	Organización de Empresas	6
Matemáticas	Matemáticas Comerciales	6

2º semestre del Primer Curso.

Materia básica	Asignatura	ECTS
Economía	Economía Española y Mundial	6
Idioma Moderno	Lengua Extranjera I	6
Empresa	Fundamentos de Contabilidad Financiera	6
Informática	Informática Aplicada a la Gestión Comercial I	6
Estadística	Introducción a la Estadística	6



Esta distribución de las materias básicas supone que 42 créditos se correspondan con materias básicas pertenecientes a la rama de conocimientos del Ciencias Sociales y Jurídicas y 18 pertenecen a otras ramas.

La inclusión de todas ellas entre las materias básicas del Grado en Comercio está justificada porque son disciplinas que aportan conocimientos esenciales para la formación inicial que deben recibir nuestros alumnos. Las que incluimos procedentes de otras ramas, como la Informática Aplicada a la Gestión I, La Estadística I y las Matemáticas Comerciales, han sido elegidas porque aportan conocimientos imprescindibles para que los alumnos puedan seguir el resto de las materias que se impartirán en cursos superiores, dado que las competencias que adquieren en ellas las van a tener que utilizar en el resto de las asignaturas de la titulación.

La lengua extranjera se incluye entre las materias básicas porque es fundamental el dominio de un idioma diferente al español. Van a poder estudiar, según su elección, Inglés, Alemán y Francés. Es una de las competencias que los agentes externos consultados consideran más importantes, a lo que se debe añadir que, a juicio de nuestros profesores, es conveniente que comience a estudiarse en primer curso para que los alumnos no pierdan el nivel de idioma adquirido en la enseñanza media.

Las competencias que se adquieren con las asignaturas básicas están detalladas en la ficha de cada una de estas asignaturas, por lo que no se incluyen en este apartado para evitar reiteraciones.

Descripción materias y competencias de formación específica.

Las materias que aportan la formación específica del Grado se impartirán entre los cursos de segundo y tercero y tendrán todas ellas carácter obligatorio porque aportan competencias imprescindibles para la futura labor profesional de los graduados en Comercio, opinión compartida por los participantes en La Comisión de Redacción del Plan de Estudios del Grado en Comercio, tanto internos como externos. La descripción de las competencias que aporta cada una de estas asignaturas específicas está descrita en la correspondiente ficha de asignatura.

Se trata de un total de 18 asignaturas que, conjuntamente, suman 108 créditos y que todo alumno que desee graduarse en Comercio deberá superar. Junto con el Prácticum y las materias básicas constituyen el conjunto de créditos obligatorios del Grado en Comercio. En total 195 créditos ECTS.

ASIGNATURAS ESPECÍFICAS DEL GRADO EN COMERCIO.

Módulo	Materia	Asignaturas	ECTS
Entorno Legislativo	Derecho Comercial	Derecho Comercial	6
	Derecho Fiscal	Fiscalidad de las Operaciones Comerciales II	6
	Derecho Laboral	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	6
Comunicación y Marketing	Comunicación	Comunicación Comercial: Publicidad y Promoción de Ventas	6
		Lengua Extranjera II	6
	Marketing	Fundamentos de Marketing	6
		Comercio Electrónico	6
		Logística II	6
		Investigación de mercados	6
		Gestión de Ventas y Proceso Comercial	6
		Comercio Exterior	6
Comportamiento del consumidor	Comportamiento del Consumidor	6	
Actividad Empresarial	Contabilidad	Análisis y Control de Gestión	6
	Organización de Empresas I	Logística I	6



Módulo	Materia	Asignaturas	ECTS
	Finanzas I	Dirección de Recursos Humanos y Gestión de Fuerza de Ventas	6
		Dirección Financiera	6
		Financiación de PYMEs y Operaciones Comerciales	6
Herramientas Instrumentales y Nuevas Tecnologías	Estadística	Estadística Comercial	6

Descripción materias optativas.

Tal y como establece la Guía para el Diseño y Tramitación de los Títulos de Grado y Máster de la Universidad de Valladolid, el plan de estudios tiene que fijar el número de créditos ECTS de naturaleza optativa que los alumnos pueden cursar. La citada guía establece que el número de créditos optativos totales que debe cursar el estudiante no puede ser inferior a 24 ECTS ni superar los 48 ECTS, de los cuales un máximo de 6 podrán obtenerse al amparo de lo previsto en el artículo 46.2.i de la LOMLOU.

En cumplimiento de lo dispuesto en este documento, los créditos optativos que tendrán que superar los alumnos de Grado en Comercio serán de 45 ECTS, para lo cual se les hace una oferta de 126 ECTS repartidos en 25 asignaturas, 17 de 6 créditos ECTS y 8 de 3 créditos ECTS. El objetivo de estas últimas, además de incrementar la posibilidades de elección de los alumnos, es permitir que les sea más fácil realizar ciertos ajustes en su matrícula, especialmente cuando obtienen menos de 6 créditos, al amparo de lo previsto en el artículo 46.2.i de la LOMLOU.

Las asignaturas optativas ofrecidas, cuyas competencias y objetivos están definidos en la ficha de cada asignatura que aparece más adelante, dan lugar en algunos casos a itinerarios que permiten especializarse a los alumnos dentro de la titulación. Concretamente hay dos módulos optativos completos:

- **Gestión Integral de Empresas Comerciales**, que permite a los alumnos que lo cursen especializarse en la gestión integral de la empresa: calidad, medioambiente, riesgos laborales, responsabilidad social y aprender a gestionar de forma integral una empresa a través de un programa informático de gestión (BPM).
- **Iniciativa Emprendedora**, dirigido a aquellos de nuestros alumnos que aspiren a ser empresarios. En las asignaturas de este módulo se les proporcionarán todos los conocimientos necesarios para la constitución de una empresa y se les animará a que lo hagan. Éste es un compromiso que el Centro ha adquirido con todos los agentes externos que han participado en la elaboración de este Grado.

Además, existen otras optativas englobadas dentro de módulos mixtos, denominados así porque en los mismos conviven asignaturas básicas, obligatorias o específicas y optativas. Esta optativas ayudan al alumno que las curse a profundizar en las competencias y conocimientos adquiridos mediante las asignaturas básicas y específicas de esos módulos. De esta manera, y a modo de ejemplo, se propone, diferentes casos:

- Las optativas del módulo Entorno Legislativo permitirán a los alumnos que las cursen especializarse en todos los aspectos legales que envuelven a la actividad comercial.
- Las optativas del módulo Herramientas Instrumentales y Nuevas Tecnologías permiten especializarse en aspectos matemáticos y estadísticos de la gestión comercial y de los estudios de mercado.



- Las optativas del módulo Marketing y Comunicación permiten especializarse en aspectos relacionados con la comunicación dentro y fuera de la empresa, el dominio de lenguas extranjeras y las relaciones comerciales con personas de otras culturas.

ASIGNATURAS OPTATIVAS DEL GRADO EN COMERCIO

Módulo	Materia	Asignaturas	ECTS
Entorno Económico	Historia y Estructura Económica	Áreas Geográficas del Comercio Internacional	6
		Microeconomía	6
	Teoría Económica	Macroeconomía	6
Entorno Legislativo	Derecho Civil	Contratos Civiles Especiales	3
	Derecho Comercial	Contratos Mercantiles	6
		Derecho del Mercado	6
		Urbanismo Comercial	3
Derecho Fiscal	Fiscalidad de las Operaciones Comerciales II	3	
Marketing y Comunicación	Comunicación	Negociación Intercultural	6
		Técnicas de Comunicación	6
		Lengua Extranjera III	6
	Marketing	Aplicaciones Sectoriales del Marketing	6
Actividad Empresarial	Contabilidad	Auditoría Interna de las Operaciones Comerciales	6
Herramientas Instrumentales y Nuevas Tecnologías	Matemáticas	Operaciones Financieras Aplicadas al Comercio	6
		Métodos de Optimización para el Comercio	6
	Estadística	Métodos y Programación Estadística	6
		Técnicas Multivariantes	3
Gestión Integral de Empresas Comerciales	Organización de Empresas II	Gestión de la Calidad y del Medioambiente	6
		Responsabilidad Social de la Empresa y Ética Comercial	3
		Informática Aplicada a la Gestión Comercial II	6
	Derecho Laboral	Prevención de Riesgos Laborales	6
Iniciativa Emprendedora	Organización de Empresas III	Dirección Estratégica. Toma de Decisiones	3
		Creación de Empresas	3
	Finanzas II	Plan Económico y Financiero	6
		Juego de Simulación Empresarial	3

Tablas de asignación de materias y áreas de conocimiento encargadas de la docencia.

Módulo	Materias	Asignaturas	Áreas de Conocimiento
Entorno Económico	Historia y Estructura	Historia Económica del Comercio	Área que lo va a impartir: Historia e Instituciones Económicas Áreas afines: Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos Economía Aplicada
		Economía Española y Mundial	Área que lo va a impartir: Economía Aplicada Áreas afines: Historia e Instituciones Económicas Geografía Humana
		Áreas Geográficas del Comercio Internacional	Área que lo va a impartir: Economía Aplicada Áreas afines: Historia e Instituciones Económicas Geografía Humana
	Teoría Económica	Introducción a la Teoría Económica	Área que lo va a impartir: Economía Aplicada Áreas afines: Historia e Instituciones Económicas Fundamentos del Análisis Económico
		Microeconomía	Área que lo va a impartir: Economía Aplicada Áreas afines: Historia e Instituciones Económicas Fundamentos del Análisis Económico
		Macroeconomía	Área que lo va a impartir: Economía Aplicada Áreas afines: Historia e Instituciones Económicas Fundamentos del Análisis Económico



Módulo	Materias	Asignaturas	Áreas de Conocimiento
Entorno Legislativo	Derecho Civil	Fundamentos del Derecho	Área que lo va a impartir: Derecho Civil Áreas afines: Derecho Mercantil Historia del Derecho y de las Instituciones
		Contratos Civiles Especiales	Área que lo va a impartir: Derecho Civil Áreas afines: Derecho Mercantil Historia del Derecho y de las Instituciones
	Derecho Comercial	Derecho Comercial	Área que lo va a impartir: Derecho Mercantil Áreas afines: Derecho Civil Derecho Internacional Privado
		Contratos Mercantiles	Área que lo va a impartir: Derecho Mercantil Áreas afines: Derecho Civil Derecho Internacional Privado
		Derecho del Mercado	Área que lo va a impartir: Derecho Mercantil Áreas afines: Derecho Civil Derecho Internacional Privado
		Urbanismo Comercial	Áreas que lo van a impartir: Sociología Derecho Administrativo Urbanística y Ordenación del Territorio Áreas afines:
	Derecho Fiscal	Fiscalidad de las Operaciones Comerciales I	Área que lo va a impartir: Economía Aplicada Áreas afines: Derecho Financiero y Tributario Economía Financiera y Contabilidad
		Fiscalidad de las Operaciones Comerciales II	Área que lo va a impartir: Economía Aplicada Áreas afines: Derecho Financiero y Tributario Economía Financiera y Contabilidad
	Derecho Laboral	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	Área que lo va a impartir: Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social Áreas afines: Derecho Mercantil Derecho Internacional Privado



Módulo	Materias	Asignaturas	Áreas de Conocimiento
Marketing y Comunicación	Comunicación	Comunicación Comercial: Publicidad y Promoción de Ventas	Área que lo va a impartir: Comercialización e Investigación de Mercados Áreas afines: Economía Financiera y Contabilidad Organización de Empresas
		Negociación Intercultural	Áreas que lo van a impartir: Sociología Organización de Empresas Áreas afines: Comercialización e Investigación de Mercados
		Técnicas de Comunicación	Áreas que lo van a impartir: Sociología Organización de Empresas Áreas afines: Comercialización e Investigación de Mercados
		Lengua Extranjera I	Áreas que lo van a impartir: Filología Inglesa Filología Alemana Filología Francesa
		Lengua Extranjera II	Áreas que lo van a impartir: Filología Inglesa Filología Alemana Filología Francesa
		Lengua Extranjera III	Áreas que lo van a impartir: Filología Inglesa Filología Alemana Filología Francesa
	Marketing	Fundamentos de Marketing	Área que lo va a impartir: Comercialización e Investigación de Mercados Áreas afines: Economía Financiera y Contabilidad Organización de Empresas
		Comercio Electrónico	Áreas que lo van a impartir: Organización de Empresas Economía Financiera y Contabilidad Derecho Civil
		Logística II	Área que lo va a impartir: Comercialización e Investigación de Mercados Áreas afines: Economía Financiera y Contabilidad Organización de Empresas
		Investigación de Mercados	Área que lo va a impartir: Comercialización e Investigación de Mercados Áreas afines: Economía Financiera y Contabilidad Organización de Empresas
		Gestión de Ventas y Proceso Comercial	Área que lo va a impartir: Economía Financiera y Contabilidad Comercialización e Investigación de Mercados Áreas afines: Organización de Empresas
		Comercio Exterior	Áreas que lo van a impartir: Organización de Empresas Comercialización e Investigación de Mercados Derecho Internacional Privado
		Aplicaciones Sectoriales del Marketing	Área que lo va a impartir: Comercialización e Investigación de Mercados Áreas afines: Economía Financiera y Contabilidad Organización de Empresas
	Comportamiento del Consumidor	Área que lo va a impartir: Sociología Áreas afines: Comercialización e Investigación de Mercados Organización de Empresas	



Módulo	Materias	Asignaturas	Áreas de Conocimiento	
Actividad Empresarial	Contabilidad	Fundamentos de Contabilidad Financiera	Área que lo va a impartir: Áreas afines:	Economía Financiera y Contabilidad Comercialización e Investigación de Mercados Organización de Empresas
		Análisis y Control de Gestión	Área que lo va a impartir: Áreas afines:	Economía Financiera y Contabilidad Comercialización e Investigación de Mercados Organización de Empresas
		Auditoría Interna de las Operaciones Comerciales	Área que lo va a impartir: Áreas afines:	Economía Financiera y Contabilidad Comercialización e Investigación de Mercados Organización de Empresas
	Organización de Empresas I	Organización de Empresas	Área que lo va a impartir: Áreas afines:	Organización de Empresas Economía Financiera y Contabilidad Comercialización e Investigación de Mercados
		Logística I	Área que lo va a impartir: Áreas afines:	Organización de Empresas Economía Financiera y Contabilidad Comercialización e Investigación de Mercados
		Dirección de Recursos Humanos y Gestión de Fuerza de Ventas	Área que lo va a impartir: Áreas afines:	Organización de Empresas Economía Financiera y Contabilidad Comercialización e Investigación de Mercados
	Finanzas I	Dirección Financiera	Área que lo va a impartir: Áreas afines:	Economía Financiera y Contabilidad Organización de Empresas Comercialización e Investigación de Mercados
		Financiación de PYMEs y Operaciones Comerciales	Área que lo va a impartir: Áreas afines:	Economía Financiera y Contabilidad Organización de Empresas Comercialización e Investigación de Mercados



Módulo	Materias	Asignaturas	Áreas de Conocimiento
Herramientas Instrumentales y Nuevas Tecnologías	Matemáticas	Matemáticas Comerciales	Área que lo va a impartir: Economía Financiera y Contabilidad Áreas afines: Economía Aplicada Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
		Métodos de Optimización para el Comercio	Área que lo va a impartir: Economía Financiera y Contabilidad Áreas afines: Economía Aplicada Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
		Operaciones Financieras Aplicadas al Comercio	Área que lo va a impartir: Economía Financiera y Contabilidad Áreas afines: Economía Aplicada Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
	Estadística	Introducción a la Estadística	Área que lo va a impartir: Economía Financiera y Contabilidad Áreas afines: Economía Aplicada Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
		Estadística Comercial	Área que lo va a impartir: Economía Financiera y Contabilidad Áreas afines: Economía Aplicada Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
		Métodos y Programación Estadística	Área que lo va a impartir: Economía Financiera y Contabilidad Áreas afines: Economía Aplicada Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
		Técnicas Multivariantes	Área que lo va a impartir: Economía Financiera y Contabilidad Áreas afines: Economía Aplicada Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
	Informática	Informática Aplicada a la Gestión Comercial I	Área que lo va a impartir: Organización de Empresas Áreas afines: Economía Aplicada Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa

Módulo	Materias	Asignaturas	Áreas de Conocimiento
Gestión Integral de Empresas Comerciales	Organización de Empresas II	Gestión de la Calidad y del Medioambiente	Área que lo va a impartir: Organización de Empresas Áreas afines: Economía Financiera y Contabilidad Comercialización e Investigación de Mercados
		Responsabilidad Social de la Empresa y Ética Comercial	Área que lo va a impartir: Organización de Empresas Áreas afines: Economía Financiera y Contabilidad Comercialización e Investigación de Mercados
		Informática Aplicada a la Gestión Comercial II	Área que lo va a impartir: Organización de Empresas Áreas afines: Economía Financiera y Contabilidad Comercialización e Investigación de Mercados
	Derecho Laboral	Prevención de Riesgos Laborales	Área que lo va a impartir: Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social Áreas afines: Derecho Mercantil Derecho Internacional Privado



Módulo	Materias	Asignaturas	Áreas de Conocimiento
Iniciativa Emprendedora	Organización de Empresas III	Dirección Estratégica. Toma de Decisiones	Área que lo va a impartir: Organización de Empresas Áreas afines: Economía Financiera y Contabilidad Comercialización e Investigación de Mercados
		Creación de Empresas	Área que lo va a impartir: Organización de Empresas Áreas afines: Economía Financiera y Contabilidad Comercialización e Investigación de Mercados
	Finanzas II	Plan Económico y Financiero	Área que lo va a impartir: Economía Financiera y Contabilidad Áreas afines: Organización de Empresas Comercialización e Investigación de Mercados
		Juego de Simulación Empresarial	Área que lo va a impartir: Economía Financiera y Contabilidad Áreas afines: Organización de Empresas Comercialización e Investigación de Mercados

Coordinación Académica y de Calidad.

En lo que se refiere a cada centro, las tareas de coordinación de cada uno de los cursos académicos serán responsabilidad de un coordinador de curso nombrado al efecto. Conforme a lo establecido por la Universidad de Valladolid en el "Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos Oficiales de la Universidad de Valladolid" (véase el apartado 9 de esta memoria) el Comité Académico y de Calidad del Título (CACT) estará formado por los cuatro coordinadores de curso, junto con un coordinador general que la presidirá y un estudiante con al menos el 50% de los créditos aprobados. El Comité Académico y de Calidad del Título será nombrado por la Junta de Centro de entre los profesores y alumnos. De forma genérica, sin perjuicio de las competencias que se le atribuyen en el documento antes citado, se ocupará de todas las tareas relativas a la puesta en marcha y coordinación del grado y en particular de las que en este documento o en las posteriores guías de la titulación se le atribuyan.

Mecanismos de coordinación sobre el apoyo y orientación a los alumnos una vez matriculados:

Tal y como se describe en el punto 4.3, los distintos procedimientos de información, apoyo y orientación al alumno matriculado, se coordinan a través de un tutor coordinador, que, por una parte, ejerce la dirección sobre las acciones de tutorías y orientación necesarias, de los alumnos a su cargo, a través de las siguientes acciones:

- Acompañar y apoyar al estudiante en el proceso de aprendizaje y desarrollo de las competencias propias de su titulación.
- Permitir al estudiante participar activamente no sólo en la vida universitaria, sino también en el acercamiento al mundo laboral hacia el que se orienta la titulación elegida.
- Dar a conocer al estudiante el horizonte profesional relacionado con su titulación y facilitarle el acceso a su desarrollo profesional una vez finalizada la titulación.
- Evaluar la evolución equilibrada en el programa formativo apoyando en la toma de decisiones.

Y por otro lado, se encarga de coordinar las acciones de orientación específicas descritas, como:

- Sistema de orientación y tutoría académica y competencial.
- Sistema de tutoría académica complementaria.
- Orientación profesional específica
- Orientación profesional genérica.
- Orientación profesional y apoyo a la inserción laboral.

Para facilitar esta labor, se pone a disposición del tutor coordinador, la información de los distintos sistemas de la Universidad, relacionados con la actividad docente y general de los alumnos a su cargo y las herramientas necesarias para el seguimiento.



Desarrollo de las competencias a través de los módulos, materias y asignaturas.

Table with columns for Mod., Mat., ASIGNATURA, ECTS, CARÁCTER, CURSO, SEMESTRE, and COMPETENCIAS (G1-G6, E1-E27). Rows include categories like ENTORNO ECONÓMICO, ENTORNO LEGISLATIVO, MARKETING Y COMUNICACIÓN, ACTIVIDAD EMPRESARIAL, and HERRAMIENTAS INSTRUMENTALES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS.



5.2 Movilidad de estudiantes propios y de acogida:

a) Organización de la movilidad de los estudiantes

La Universidad de Valladolid, y específicamente en esta titulación, tiene establecida como acción prioritaria la movilidad de sus estudiantes y profesores. Para ello la Uva tiene firmados convenios ERASMUS y convenios con instituciones de otros países del mundo descritos.

Existen dos modalidades de movilidad de estudiantes: Movilidad para realizar estudios reconocidos por un periodo generalmente de 9 meses (depende de cada titulación) y movilidad para realizar prácticas en empresas en el extranjero.

La Uva dispone de una Normativa de Reconocimiento Académico para Estudiantes de Intercambio en el Marco de ERASMUS, Otros Programas Internacionales (UE/EEUU, UE/Canadá, etc...) y de Convenios Bilaterales, que regula esta actividad y establece el uso del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos: Contrato de Estudios, Expediente y Guía ECTS, etc...con el fin de asegurar el reconocimiento académico de los estudios realizados en las universidades de acogida. El Centro/Titulación (depende) dispone de un Coordinador para estos intercambios y todos los convenios tienen un responsable académico encargado de establecer las equivalencias de asignaturas y cursos, ofrecer información actualizada de la oferta académica a los estudiantes participantes e informar al responsable académico de la universidad de acogida de la llegada de nuestros estudiantes. El Centro dispone igualmente de un becario de apoyo para todas las actividades relacionadas con esta actividad.

Se realiza una sesión informativa en el Centro donde se explican las condiciones y requisitos para acceder a estos intercambios, las ayudas financieras disponibles, cómo solicitar las becas, cursos de lenguas extranjeras, otras ayudas complementarias, reconocimiento académico y toda la oferta disponible en esta titulación.

El Vicerrectorado de Relaciones Institucionales, desde su Servicio de Relaciones Internacionales, realiza la convocatoria de todas las becas ofertadas para esta titulación, junto con todas las de las demás titulaciones de todos los centros y campus de la Uva. Los estudiantes solicitan la beca on-line y los responsables académicos de la titulación realizan una preselección atendiendo a los méritos académicos, siendo requisito necesario el conocimiento del idioma correspondiente.

Los estudios realizados en la universidad de acogida en el marco de estos programas son plenamente reconocidos en la Uva, según lo establecido en la Normativa, e incorporados en el expediente del estudiante indicando que se han realizado en el extranjero en el marco de estos programas.

Existe igualmente la posibilidad de disfrutar de una beca ERASMUS para realizar prácticas reconocidas en una empresa en otro país de Europa. Para ello, esta titulación dispone de un tutor de prácticas encargado de la supervisión de la misma.

Durante el curso académico 2007/2008 se enviaron y recibieron el número de estudiantes descrito procedentes de universidades de los países descritos en la lista de convenios.

La titulación dispone igualmente de becas ERASMUS para el profesorado tanto para impartir docencia como formación.



Esta titulación tiene firmado un convenio con las universidades descritas por el cual nuestros estudiantes pueden obtener la titulación de referencia por esta universidad siempre que cumpla los requisitos establecidos en dicho convenio, es decir realizar una serie de asignaturas durante un curso académico o dos en estas universidades. Dicha estancia se realiza en el marco de los programas de intercambio ya existentes, es decir, ERASMUS y programas internacionales.

a.1) Acciones de acogida y orientación.

PROGRAMA MENTOR

La Universidad de Valladolid estableció el Programa Mentor en septiembre de 2007. Los estudiantes extranjeros que vengan a Valladolid tendrán ayuda y orientación antes de su llegada y durante los primeros meses de estancia en la ciudad. Nuestros estudiantes mentores contactarán con aquellos estudiantes extranjeros que estén interesados y les ayudarán en la búsqueda de alojamiento, les recibirán a su llegada a Valladolid, les darán informaciones básicas sobre temas académicos (planes de estudios, contenido de las asignaturas, matrícula, exámenes, tutorías, etc.) y sobre los distintos servicios universitarios (Relaciones Internacionales, bibliotecas, salas de ordenadores, Centro de Idiomas, instalaciones deportivas, comedores universitarios, etc.)

SEMANA DE BIENVENIDA

El Servicio de Relaciones Internacionales ofrece a los estudiantes la posibilidad de iniciar su estancia en nuestra Universidad con una **Semana de Bienvenida del 13 al 20 de septiembre** lo cual les permitirá tomar contacto con nuestra cultura, con la ciudad de Valladolid y con nuestra Universidad. Durante una semana se alojarán en una residencia universitaria donde podrán convivir con otros estudiantes extranjeros, participarán en distintas actividades culturales, deportivas y lúdicas (visitas a museos, excursiones, visitas guiadas por Valladolid, etc.) y les pondremos en contacto con estudiantes de nuestra Universidad, lo que les facilitará la integración en el ambiente estudiantil de la ciudad. Así mismo estos estudiantes les acompañarán y orientarán en la búsqueda de sus alojamientos definitivos.

Se realiza una sesión informativa en el Centro donde se explican las condiciones y requisitos para acceder a estos intercambios, las ayudas financieras disponibles, cómo solicitar las becas, cursos de lenguas extranjeras, otras ayudas complementarias, reconocimiento académico y toda la oferta disponible en esta titulación.

El Vicerrectorado de Relaciones Institucionales, desde su Servicio de Relaciones Internacionales, realiza la convocatoria de todas las becas ofertadas para esta titulación, junto con todas las de las demás titulaciones de todos los centros y campus de la Uva. Los estudiantes solicitan la beca on-line y los responsables académicos de la titulación realizan una preselección atendiendo a los méritos académicos, siendo requisito necesario el conocimiento del idioma correspondiente.

El Servicio de Relaciones Internacionales gestiona la movilidad, asegurando en todo momento el respeto a los principios de no discriminación y garantizando la coordinación con el resto de servicios de la Uva involucrados, al tiempo que es el interlocutor ante las agencias de gestión de los programas externos y efectúa la gestión económica de becas y ayudas.

La Uva impulsa de manera decidida la movilidad como fórmula para materializar su voluntad de internacionalización, permitiendo que los estudiantes extiendan su formación más allá de su universidad. En este sentido, la estancia de un estudiante en otra universidad tiene valor en sí misma por el hecho de conocer otras



formas de hacer y de vivir, tanto desde el punto de vista académico como desde el punto de vista personal; pero también proporciona un valor añadido al estudiante para estar mejor posicionado en el mercado laboral.

b) El sistema de reconocimiento y acumulación de créditos ECTS:

La movilidad de estudiantes está regulada por convenios que se fundamentan en el reconocimiento recíproco de las asignaturas cursadas en otras universidades o centros de enseñanza superior en el extranjero. La Uva dispone de una Normativa de Reconocimiento Académico para Estudiantes de Intercambio en el Marco de ERASMUS, Otros Programas Internacionales (UE/EEUU, UE/Canadá, etc...) y de Convenios Bilaterales, que regulan esta actividad y establece el uso del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos: Contrato de Estudios, Expediente y Guía ECTS, etc...con el fin de asegurar el reconocimiento académico de los estudios realizados en las universidades de acogida. El Centro/Titulación (depende) dispone de un Coordinador para estos intercambios y todos los convenios tienen un responsable académico encargado de establecer las equivalencias de asignaturas y cursos, ofrecer información actualizada de la oferta académica a los estudiantes participantes e informar al responsable académico de la universidad de acogida de la llegada de nuestros estudiantes. El Centro dispone igualmente de un becario de apoyo para todas las actividades relacionadas con esta actividad.

Para seleccionar las asignaturas que cursarán durante el periodo de movilidad, los estudiantes de intercambio, tanto internacionales como los de la UVa, son informados de la normativa y asesorados por el profesor coordinador de movilidad de cada uno de los estudios. Son luego las secretarías de las respectivas facultades, a partir de un "acuerdo académico" (learning agreement) definido conforme a la normativa, quienes finalmente incorporan en el expediente del estudiante los créditos cursados en las universidades de destino. En particular, esta normativa permite el reconocimiento y establece las equivalencias entre asignaturas. Se considera oportuno establecer un cierto paralelismo entre los procesos de convalidación y de adaptación de asignaturas de los estudios actuales y el reconocimiento de créditos en los estudios de grado, siempre y cuando estos créditos tengan correspondencia con materias o asignaturas de contenido similar cursadas en un programa de intercambio. Este paralelismo se extiende también al órgano competente en resolver las solicitudes: el decano o decana o el director o directora del centro o estudio.

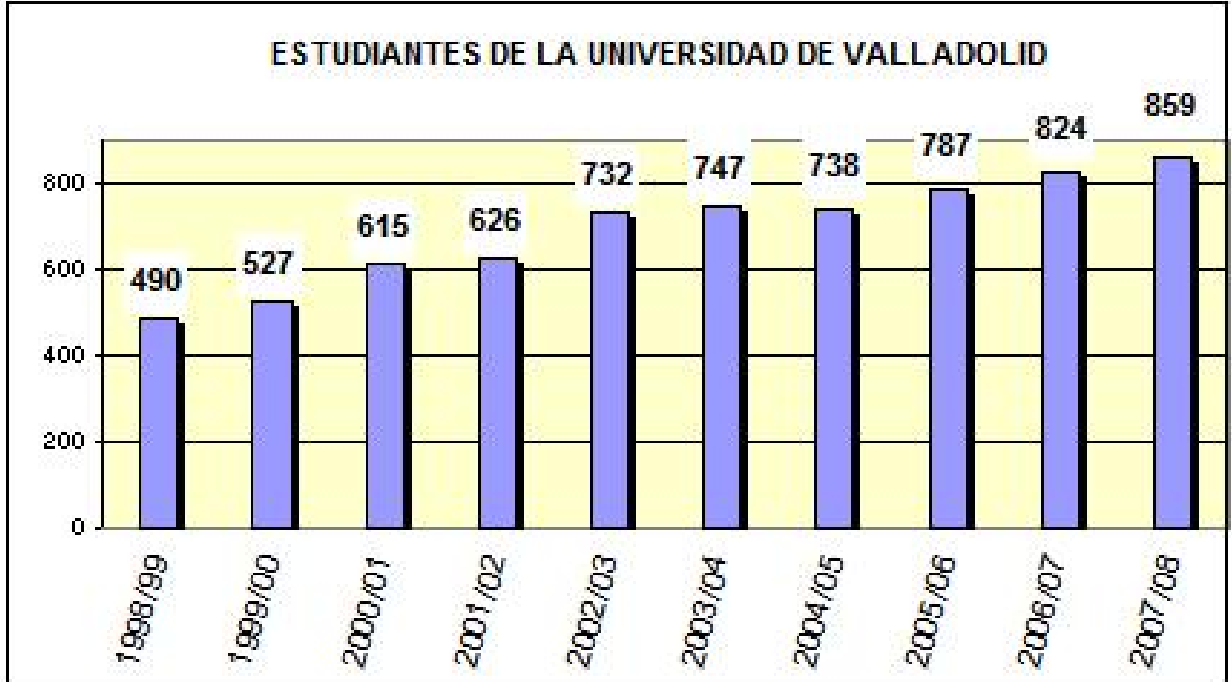
Las resoluciones adoptadas por los decanos o directores se trasladarán a la Comisión de Convalidaciones a efectos informativos. Corresponde al profesor o profesora responsable o al coordinador o coordinadora del programa de intercambio o Erasmus adaptar la calificación lograda en las asignaturas del plan de estudios cursadas por los estudiantes según el sistema establecido en la Universidad de Valladolid, y de acuerdo con la documentación y los informes que haya obtenido de la universidad o del centro de enseñanza superior de destino.

Si la asignatura/materia que se cursa en el marco de un programa de intercambio o de un Erasmus no tiene una homóloga en los planes de estudios que se imparten en la Universidad de Valladolid, se sigue el procedimiento siguiente: El profesor o profesora o el responsable o el coordinador o coordinadora del programa dirigirá una propuesta al decano o decana o director o directora del centro o estudio para que los créditos realizados bajo el marco del programa sean reconocidos. Los ejes de actuación reflejados a la normativa actual serán la base de la normativa y procedimientos por los que se registrarán los nuevos planes de estudio de grado con la voluntad de facilitar la movilidad de los propios estudiantes y de estudiantes de otras universidades.

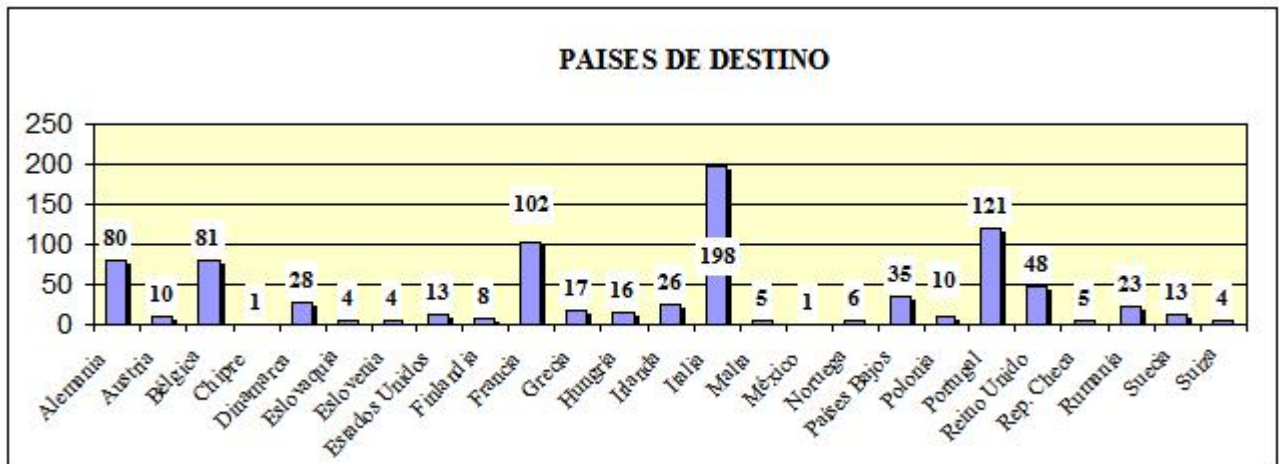


c) Adecuación de la movilidad a la titulación. Convenios de colaboración y experiencia del centro en movilidad de estudiantes propios y de acogida.

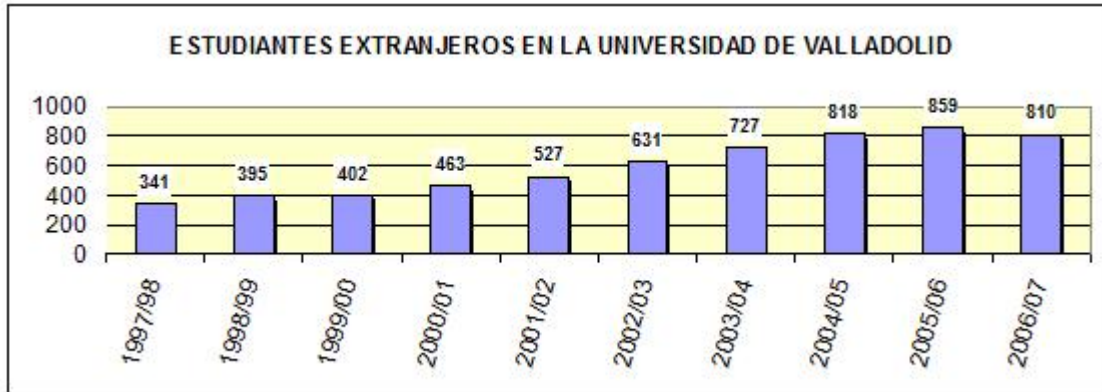
Los datos sobre movilidad de la Universidad de Valladolid en el área de referencia en los últimos años han sido:



Los destinos de nuestros estudiantes en el curso 2007/08 fueron los siguientes:



A su vez, nuestra Universidad recibió un número de estudiantes extranjeros ligeramente inferior al de estudiantes de Valladolid que salieron a otros países:



El número de estudiantes recibidos en el curso 2007/08 según el país de origen han sido:



La Universidad de Valladolid desarrolla una intensa actividad de intercambio de estudiantes tanto en el marco de los programas comunitarios y nacionales, como impulsando programas propios que amplían las perspectivas geográficas de la movilidad estudiantil, ofreciendo una extensa oferta tanto a estudiantes propios como a estudiantes de acogida.

El centro cuenta con un responsable de relaciones internacionales que coordina el elevado número de intercambios y atiende las situaciones derivadas de la movilidad de estudiantes con el marco de referencia de la Normativa de Relaciones Internacionales, teniendo como coordinador Sócrates y responsable de Relaciones Internacionales cuyas tareas son las asignadas por la normativa de la Universidad de Valladolid (Junta de Gobierno de 19 de junio de 2000).

Previa a la movilidad de estudiantes se realizan los correspondientes acuerdos con las Universidades implicadas, dentro de los diferentes Programas de Movilidad de Estudiantes. El procedimiento en el centro, en el caso de Intercambio de estudiantes de la Titulación que van a otras universidades extranjeras, es el siguiente:

- Reunión informativa sobre los diferentes programas de movilidad
- Convocatoria, con el número de plazas ofertadas, plazos de presentación, requisitos y normativa general.



- Realización de las pruebas de idiomas requeridos a los estudiantes según su universidad de destino.
- Seguimiento de la movilidad de los estudiantes. En este sentido el Centro en el que se imparte la titulación cuenta con un reglamento marco para dicho seguimiento y que contempla:
- Entrega de toda la documentación necesaria para su movilidad (Guía de Trámites): acreditación, certificado de inicio de la estancia (Arrival Certificate) y final de estancia (Departure Certificate), Preacuerdo académico (Learning Agreement).
- Información y asesoramiento general.
- Seguimiento y asesoramiento sobre las incidencias que puedan surgir durante la estancia.
- Finalización de la estancia y propuesta, a la entrega del Certificado de final de estancia (Departure Certificate) del reconocimiento de estudio, acta de calificaciones (Transcrip Records). Reconocimiento de estudios e inclusión en el expediente académico del estudiante.

Por lo que respecta a los estudiantes de otras universidades que cursan algún curso o semestre en nuestra Titulación, estos reciben puntual atención por parte del Vicerrectorado de Relaciones Internacionales de la Universidad de Valladolid.

c.1. Los convenios específicos de la titulación son:

Actualmente tenemos en activo 32 convenios internacionales (31 de ellos Erasmus) a través de los cuales incentivamos la movilidad de alumnos españoles y extranjeros. Llevamos ya muchos años intercambiando alumnos con Europa. Somos uno de los Centros de la Universidad de Valladolid que más alumnos envía/recibe anualmente. También, se produce normalmente el intercambio de profesores con otras instituciones del exterior a través del programa Sócrates, entre otros.

Recibimos además alumnos de otras universidades con las que la Escuela no tiene convenio, pero que teniéndolos con otras Escuelas y Facultades de la Universidad de Valladolid, deciden realizar parte de sus estudios en asignaturas ofertadas por la Escuela.

La Escuela Universitaria de Estudios Empresariales coordina la Red del Grado Europeo en Comercio que tiene como cometido equiparar los contenidos de los estudios en Comercio de todos los países de la Unión Europea, así como implantar los mismos en aquellos Estados donde no existan.

Los responsables de la titulación, a través del trabajo de los responsables de relaciones internacionales, tanto del centro como de la propia Universidad, así como la coordinación existente con las universidades que detallamos con las que ya se tiene convenios, establecen el marco y los criterios de selección de aquellas Universidades que imparten estudios de interés para el desarrollo formativo, profesional y de investigación adecuado a los intereses de la titulación.

A continuación se detallan los convenios en vigor así como el número de alumnos enviados y recibidos a través del Programa Erasmus en los últimos cinco cursos.

CONVENIOS ERASMUS 2008-2009

Alemania

FACHHOCHSCHULE WORMS



HOCHSCHULE AUGSBURG
UNIVERSITÄT LÜNEBURG

Austria

FHS KUFSTEIN TIROL UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Bélgica

KATHO. KATHOLIEKE HOGESCHOOL ZUID-WEST-VLAANDEREN
KATHOLIEKE HOGESCHOOL LEUVEN (UNIVERSITY COLLEGE LEUVEN)

Francia

ADVANCIA
ÉCOLE SUPERIEURE DE COMMERCE DE BRETAGNE
ÉCOLE SUPERIEURE DE COMMERCE DE PAU
ÉCOLE SUPERIEURE DE COMMERCE DE TROYES
ICN BUSINESS SCHOOL
INSEEC GRANDE ECOLE BORDEAUX
UNIVERSITÉ DE PARIS-SUD 11
UNIVERSITÉ DU DROIT ET DE LA SANTÉ - LILLE II
UNIVERSITÉ DU HAVRE

Irlanda

INSTITUTE OF TECHNOLOGY - SLIGO
INSTITUTE OF TECHNOLOGY TALLAGHT
WATERFORD INSTITUTE OF TECHNOLOGY

Italia

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI FIRENZE

Países Bajos

AVANS HOGESCHOOL
HOGESCHOOL INHOLLAND
HOGESCHOOL ZUYD
NOORDELIJKE HOGESCHOOL LEEUWARDEN

Portugal

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LEIRIA
UNIVERSIDADE DE AVEIRO
UNIVERSIDADE DE TRAS-OS-MONTES E ALTO DOURO

Reino Unido

BUCKINGHAMSHIRE NEW UNIVERSITY
LEEDS METROPOLITAN UNIVERSITY
LIVERPOOL JOHN MOORES UNIVERSITY
SOUTHAMPTON INSTITUTE OF HIGHER EDUCATION



UNIVERSITY OF ULSTER

CONVENIOS MARCO 2008-2009

Japón

KYOTO UNIVERSITY OF FOREIGN STUDIES

NÚMERO DE ALUMNOS ERASMUS RECIBIDOS Y ENVIADOS

Curso	Recibidos	Enviados
2008-2009	53	29
2007-2008	41	32
2006-2007	43	34
2005-2006	39	31
2004-2005	19	37



5.3 Descripción de los módulos o materias de enseñanza- aprendizaje que constituye la estructura del plan.

Ficha de módulo:				
A. ENTORNO ECONÓMICO				
Créditos ECTS:	Carácter:			Curso:
36 créditos ECTS	FB	OB	OP	Mixto
Unidad temporal:				
Anual				
Cuatrimestral				
Ubicación dentro del plan de estudios y duración:				
El módulo está distribuido a través de los distintos cursos y cuatrimestres, tal y como está descrito en la secuenciación de los módulos y asignaturas.				
Requisitos previos:				
Procedimientos de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones:				
Las asignaturas que conforman este módulo van a realizar un proceso de evaluación continua (ver detalles en la ficha de cada asignatura) con los siguientes porcentajes medios:				
Exámenes puntuales: 52 %				
Asistencia y participación en clase, trabajo individual o grupal y exposiciones orales: 48%				
Se habilitará un procedimiento alternativo de evaluación para aquellos alumnos que no puedan realizar evaluación continua.				
Justificación del módulo:				
En esta materia se intentan explicar la evolución histórica y la situación actual de la economía española, así como su relación con las economías del resto del mundo, con la finalidad de que los alumnos tengan un conocimiento de las características de nuestro sistema económico y del contexto internacional en el que se va a desenvolver la empresa para desarrollar su actividad.				
Asimismo, la Teoría Económica proporciona al alumno unos conocimientos del análisis económico que le permiten generar una visión global de la economía, y de esta manera poder manejar con facilidad la terminología y comprender las situaciones que se producen en un entorno económico dinámico. Los alumnos manejarán conceptos y herramientas básicas de análisis que les servirán también para la comprensión de otras materias, permitiéndoles una visión mas formalizada del funcionamiento de los mercados, así como de la aplicación de las diferentes políticas monetarias y fiscales, y podrán evaluar las implicaciones de diferentes contextos económicos.				
Actividades formativas:				
El siguiente cómputo incluye tanto actividades presenciales como no presenciales del conjunto de todas las asignaturas que conforman el módulo, pudiendo verse el detalle individual en la ficha de cada asignatura.				
1. Clases teóricas (lección magistral): 12,7 ECTS				
2. Clases prácticas/seminarios/laboratorio: 10,9 ECTS				
3. Tutorías grupales o individuales: 5,5 ECTS				
4. Otras actividades: 3,1 ECTS				
5. Evaluación y su preparación: 3,8 ECTS				
Resultados de aprendizaje:				
1. Comprensión de la dinámica de los procesos históricos				
2. Planificación, elección y utilización de los instrumentos de análisis en historia económica				
3. Comprensión de mapas, gráficos y cuadros estadísticos de historia económica				
4. Elaboración y análisis de un caso práctico de una empresa comercial				
5. Comprensión de conceptos relacionados con la economía y el mundo del comercio				
6. Comprensión de artículos y libros de historia económica y capacidad crítica y reflexiva para valorar informes y obtener conclusiones de los mismos				
7. Conocimiento del funcionamiento de la estructura económica que sirva como apoyo en la toma de decisiones empresariales				
8. Diseño de un proceso de investigación económica				
9. Realización de supuestos prácticos de observación sobre situaciones económicas				



10. Elaboración de un informe de investigación económica
11. Conductas y actitudes analíticas, de rigor y de trabajo sistemático en la realización de observaciones por parte de los estudiantes
12. Comprensión de conceptos relacionados con la actividad económica y las consecuencias de los cambios que puedan producirse
13. Comprensión de artículos de investigación económica y capacidad crítica y reflexiva para valorar informes y obtener conclusiones de los mismos
14. Comprensión del funcionamiento básico de una economía de mercado
15. Comprensión de las posibilidades y limitaciones de la política económica
16. Facilitar la toma de decisiones económicas por parte del alumno en la vida diaria
17. Fomentar la capacidad crítica y reflexiva
18. Resolver problemas de carácter económico

Breve descripción de contenidos:

- La Economía: conceptos y problemas fundamentales
- Análisis de los principales agentes económicos
- Estudio del funcionamiento de los mercados
- Evolución de los procesos económicos y del comercio internacional hasta la crisis energética de 1973
- El proceso de globalización de la economía mundial
- Crecimiento y desarrollo: Una economía abierta
- Factores de crecimiento de la economía española y relaciones comerciales exteriores. Situación actual y perspectivas
- Principales áreas geográficas del comercio internacional: Unión Europea, U.S.A., Canadá, Japón, China, India, Sureste Asiático, Iberoamérica, Economías de la antigua Unión Soviética y otros países del resto del mundo

Materias \ Asignaturas.

A.1. Historia y Estructura Económica: 18 créditos

Asignaturas:

- A.1.1. Historia Económica del Comercio. Obligatoria. 6 créditos; Primer curso, primer cuatrimestre
- A.1.2. Economía Española y Mundial. Obligatoria. 6 créditos; Primer curso, segundo cuatrimestre
- A.1.3. Áreas Geográficas del Comercio Internacional. Optativa. 6 créditos

A.2. Teoría Económica: 18 créditos

Asignaturas:

- A.2.1. Introducción a la Teoría Económica. Obligatoria. 6 créditos; Primer curso, primer cuatrimestre
- A.2.2. Microeconomía. Optativa. 6 créditos
- A.2.3. Macroeconomía. Optativa. 6 créditos

Competencias:

G1, G2, G3, G4, G5, G6, E2, E5, E16, E24, E25, E26, T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8



Ficha de módulo:				
B. ENTORNO LEGISLATIVO				
Créditos ECTS:	Carácter:			Curso:
45 créditos ECTS	FB	OB	OP	Mixto
Unidad temporal:				
Anual				
Cuatrimestral				
Ubicación dentro del plan de estudios y duración:				
El módulo está distribuido a través de los distintos cursos y cuatrimestres, tal y como está descrito en la secuenciación de los módulos y asignaturas.				
Requisitos previos:				
Procedimientos de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones:				
Las asignaturas que conforman este módulo van a realizar un proceso de evaluación continua (ver detalles en la ficha de cada asignatura) con los siguientes porcentajes medios:				
Exámenes puntuales: 58,33 %				
Asistencia y participación en clase, trabajo individual o grupal y exposiciones orales: 41,67%				
Se habilitará un procedimiento alternativo de evaluación para aquellos alumnos que no puedan realizar evaluación continua.				
Justificación del módulo:				
El módulo Entorno Legislativo trata de acercar al alumno del Grado en Comercio al estudio de las asignaturas jurídicas, incluyendo las materias referidas al derecho comercial, fiscal y laboral de la empresa. Ello, sin olvidar la teoría general del Derecho como materia introductoria en cualquier estudio jurídico.				
Es imposible concebir el desarrollo de las actividades comerciales de cualquier empresa sin el cúmulo de relaciones jurídicas de todo tipo que las sustentan, cuyo conocimiento es imprescindible para cualquier profesional dedicado al comercio. La falta de nociones previas en estas materias por parte de los alumnos que acceden al Grado en Comercio hace necesario dedicar una parte del currículo a su estudio.				
Actividades formativas:				
El siguiente cómputo incluye tanto actividades presenciales como no presenciales del conjunto de todas las asignaturas que conforman el módulo, pudiendo verse el detalle individual en la ficha de cada asignatura.				
1. Clases teóricas (lección magistral): 13,2 ECTS				
2. Clases prácticas/seminarios/laboratorio: 14,4 ECTS				
3. Tutorías grupales o individuales: 8,4 ECTS				
4. Otras actividades: 4,8 ECTS				
5. Evaluación y su preparación: 4,2 ECTS				
Resultados de aprendizaje:				
1. Capacitar al alumno para la comprensión de conceptos relacionados con la realidad del mundo de los negocios comerciales				
2. Capacitar al alumno para el análisis de problemas y situaciones nuevas en función de las obligaciones aceptadas				
3. Aprender conocimientos jurídicos claves para la toma de acuerdos y celebración de contratos				
4. Capacitar al alumno en la decisión de celebrar uno u otro tipo de contrato				
5. Capacitar al alumno para aprender por descubrimiento, es decir, enseñar a aprender de forma autónoma para facilitar la actualización profesional en el futuro				
6. Promover conductas y actitudes analíticas, de rigor y de trabajo sistemático en la realización de trabajos y observaciones por parte de los estudiantes				
7. Introducir al alumnado en los principios básicos del lenguaje jurídico, proporcionando instrumentos básicos para poder analizar artículos doctrinales.				
8. Poder moverse en la contratación ordinaria comercial fruto del tráfico jurídico				
9. Capacitar al alumno para la comprensión de los aspectos fundamentales del Derecho del Mercado, tanto en su vertiente nacional como supranacional				
10. Capacitar al alumno para la comprensión de los aspectos relacionados con las obligaciones tributarias				



- materiales y formales en el ámbito del Impuesto sobre Sociedades
11. Capacitar al alumno para la comprensión de conceptos relacionados con la realidad del mundo de los negocios y su proyección en las diferentes áreas del mercado
 12. Adquirir conocimientos básicos sobre el Derecho del Trabajo y la Seguridad Social
 13. Adquisición de conductas y actitudes analíticas, de rigor y de trabajo sistemático en la aplicación de los tributos
 14. Delimitar la realidad social que regula el Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social.
 15. Realización de supuestos prácticos de observación sobre situaciones relacionadas con los aspectos jurídicos de la actividad comercial
 16. Resolución de casos prácticos de liquidación del Impuesto sobre Sociedades
 17. Conocimiento y manejo de las principales herramientas que proporcionan las TIC en el ámbito tributario
 18. Planificación, elección y utilización de las opciones fiscales más favorables para la actividad de la empresa
 19. Identificar los factores sociales, culturales, políticos y económicos que encuadran la legislación laboral y su aplicación en la realidad empresarial.
 20. Proporcionar elementos teóricos de análisis que favorezcan la reflexión crítica sobre el papel que juegan factores sociales, económicos y culturales en la conformación actual del Derecho del Trabajo
 21. Utilizar informaciones formativas (método comparado, fenómenos extra legislativos, opciones de política legislativa, etc) que sitúen la conciencia jurídico-laboral dentro de un proceso continuo de reflexión e inquietud en la empresa
 22. Capacitar al alumnado para tomar decisiones de localización geográfica que permitan el éxito de actividades comerciales.
 23. Capacitar al alumnado para gestionar los procedimientos legalmente establecidos para poder desarrollar una actividad comercial en una ubicación concreta.
 24. Capacitar al alumnado para asesorar en materia de urbanismo comercial.
 25. Capacitar al alumno para localizar la distribución de actividades y para poder determinar nichos de mercado o posible distribución de actividades de promoción y publicidad.
 26. Capacitar al alumnado para entender las actuales tendencias en materia de comportamiento del consumidor y de desarrollo de los formatos comerciales en relación con sus implicaciones con la planificación urbanística y territorial.
 27. Capacitar al alumno para planificar, gestionar y dinamizar un "centro comercial abierto".
 28. Capacitar al alumno para evaluar críticamente las fortalezas y debilidades del modelo de urbanismo comercial vigente en nuestro país

Breve descripción de contenidos:

- Las Fuentes del derecho del trabajo, con la finalidad de conocer las reglas con las que aplicar los derechos y deberes de las partes del contrato de trabajo
- Nacimiento de la relación laboral, haciendo especial referencia a las modalidades de contratación
- Derechos y deberes de las partes del contrato de trabajo: Especial referencia a la jornada de trabajo y al salario como forma de retribución
- La extinción del contrato de trabajo. Especial referencia al despido
- La seguridad Social Española. Especial referencia a los actos de encuadramiento en el sistema de seguridad social, así como a la cotización
- Estudio de los principales conceptos y procedimientos tributarios contenidos en la Ley General Tributaria
- Descripción de los recursos tributarios que configuran el Sistema Fiscal del Estado, de las Comunidades Autónomas y de las Haciendas Locales
- La imposición indirecta y las operaciones de tráfico comercial: Características generales y estructura de los impuestos que inciden sobre estas operaciones. Análisis y práctica del régimen general del Impuesto sobre el Valor Añadido y de las adquisiciones intracomunitarias y las importaciones, así como de los regímenes especiales aplicables a la actividad de comercio
- La imposición directa sobre la renta derivada de las operaciones comerciales: Características generales y estructura de los impuestos que inciden sobre estas operaciones. Análisis y práctica del Impuesto sobre Sociedades

Materias \ Asignaturas.

B.1. Derecho Civil: 9 créditos

Asignaturas:

B.1.1. Fundamentos del Derecho. Obligatoria. 6 créditos; Primer curso, primer cuatrimestre

B.1.2. Contratos Civiles Especiales. Optativa. 3 créditos

B.2. Derecho Comercial: 21 créditos

Asignaturas:

B.2.1. Derecho Comercial. Obligatoria. 6 créditos; Segundo curso, segundo cuatrimestre

B.2.2. Contratos Mercantiles. Optativa. 6 créditos



B.2.3. Derecho del Mercado. Optativa. 6 créditos
B.2.4. Urbanismo Comercial. Optativa. 3 créditos

B.3. Derecho Fiscal: 9 créditos

Asignaturas:

B.3.1. Fiscalidad de las Operaciones Comerciales I. Obligatoria. 6 créditos; Tercer curso, primer cuatrimestre

B.3.2. Fiscalidad de las Operaciones Comerciales II. Optativa. 3 créditos

B.4. Derecho Laboral I: 6 créditos

Asignatura:

B.4.1. Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social. Obligatoria. 6 créditos; Tercer curso, primer cuatrimestre

Competencias:

G1, G2, G3, G4, G5, G6, E8, E12, E14, E15, E20, E21, T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8



Ficha de módulo:				
C. MARKETING Y COMUNICACION				
Créditos ECTS:	Carácter:			Curso:
84 créditos ECTS	FB	OB	OP	Mixto
Unidad temporal:				
Anual				
Cuatrimestral				
Ubicación dentro del plan de estudios y duración:				
El módulo está distribuido a través de los distintos cursos y cuatrimestres, tal y como está descrito en la secuenciación de los módulos y asignaturas.				
Requisitos previos:				
Procedimientos de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones:				
Las asignaturas que conforman este módulo van a realizar un proceso de evaluación continua (ver detalles en la ficha de cada asignatura) con los siguientes porcentajes medios:				
Exámenes puntuales: 63,25 %				
Asistencia y participación en clase, trabajo individual o grupal y exposiciones orales: 36,75%				
Se habilitará un procedimiento alternativo de evaluación para aquellos alumnos que no puedan realizar evaluación continua.				
Justificación del módulo:				
El título de Grado en Comercio se caracteriza por el protagonismo de la actividad comercial y de los procesos operativos de la empresa comercial. En este contexto, el módulo de Marketing y Comunicación constituye el pilar esencial de la formación ofertada por el título, ya que sus contenidos se centran en la dimensión operativa y de ejecución de estrategias directamente vinculadas con la actividad comercial.				
Las asignaturas de este módulo analizan todo el ciclo de explotación de la empresa comercial, describiendo todas las fases de la cadena logística y dedicando una especial atención a los procesos de distribución y de atención al cliente. Un rasgo diferencial del módulo y que da respuesta a las exigencias de los nuevos entornos económicos, es la incorporación de asignaturas y contenidos que desarrollan competencias de comercio exterior y de comercio electrónico, ámbitos de gran expansión.				
En conclusión, el Módulo de Marketing y Comunicación establece la base y la especificidad de este título frente a otras ofertas de formación universitaria.				
Actividades formativas:				
El siguiente cómputo incluye tanto actividades presenciales como no presenciales del conjunto de todas las asignaturas que conforman el módulo, pudiendo verse el detalle individual en la ficha de cada asignatura.				
1. Clases teóricas (lección magistral): 29,1 ECTS				
2. Clases prácticas/seminarios/laboratorio: 43,2 ECTS				
3. Tutorías grupales o individuales: 22,2 ECTS				
4. Otras actividades: 16,2 ECTS				
5. Evaluación y su preparación: 9,3 ECTS				
Resultados de aprendizaje:				
Dado que este módulo se conforma como el centro del grado y es el más amplio en su contenido se expone un amplio abanico de resultados esperados, con mención aparte para el área de idioma extranjero:				
1. Comprensión del proceso de Marketing en la empresa.				
2. Aprender a planificar, desarrollar y controlar la estrategia de marketing.				
3. Elaborar planes de Marketing en distintos contextos.				
4. Diseñar e implantar una red de distribución.				
5. Gestionar el servicio al cliente.				
6. Elaborar políticas de implantación, localización y merchandising en la empresa de distribución comercial.				
7. Comprender el proceso de investigación comercial en la empresa.				



8. Diseñar y ejecutar investigaciones de ámbito económico y social.
9. Diseñar, implantar y organizar la estrategia de ventas.
10. Capacitar al alumnado para aplicar las diferentes estrategias y técnicas que le permitan gestionar con eficacia procesos de negociación intercultural.
11. Capacitar al alumnado para diseñar, planificar y desempeñar actividades de comunicación interpersonal, desarrollando habilidades comunicativas avanzadas.
12. Capacitar al alumnado para desempeñar roles de mediación y negociación vinculados con los procesos de interacción comercial.
14. Conocer el contexto y el marco institucional en el que se desarrollan las operaciones de comercio a nivel mundial.
15. Conocer y saber utilizar los instrumentos de apoyo a la exportación.
16. Conocer los distintos gravámenes a las operaciones exteriores.
17. Desarrollar en profundidad y con practicidad los elementos específicos del marketing sectorial.
18. Entender el impacto que Internet tiene en las organizaciones empresariales, analizando su potencialidad e impacto en los procesos de negocio.
19. Capacitar al alumno en la creación, gestión o administración de cualquier proyecto de Comercio Electrónico.
20. Desarrollar en el alumno competencias para el análisis y comprensión del comportamiento del consumidor que permitan una mayor eficacia en el desarrollo de actividades de marketing y en el planteamiento de estudios e investigaciones de mercado.

Resultados específicos en el área de lengua extranjera (INGLÉS, FRANCÉS, ALEMÁN)

1. Aprender y manejar la terminología específica del comercio.
2. Aprender a manejar las destrezas básicas y específicas con textos comerciales escritos y orales.
3. Manejo de recursos lingüísticos, gramaticales y léxicos adecuados en contextos comercial.
4. Competencia comunicativa en situaciones de interacción de nivel medio: negociaciones, entrevistas de empleo, etc.
5. Comprensión de textos del ámbito del comercio de distintos niveles del Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas.

Resultados conjuntos:

1. Promover en el alumno conductas y actitudes analíticas, de rigor y de trabajo sistemático.
2. Comprensión de conceptos y lecturas sobre investigaciones relacionadas.
3. Comprensión y resolución de supuestos prácticos de diversa índole que acerquen al alumno la realidad empresarial y comercial.

Breve descripción de contenidos:

Los contenidos contemplan varias dimensiones:

- Dimensión analítica, centrada en el aspecto conceptual y en la adquisición de fundamentos teóricos, contenidos que son aportados por la asignatura de Fundamentos de Marketing, Investigación de Mercados y Comportamiento del Consumidor, que proveen de herramientas analíticas al alumno para facilitar la resolución de problemas de ámbito comercial.
- Dimensión de gestión de procesos comerciales, cuyos contenidos son abordados por las asignaturas de Gestión de Ventas y Proceso Comercial, Logística, Comunicación Comercial, Publicidad y Promoción de Ventas y Aplicaciones Sectoriales del Marketing, que facilitan un conocimiento y una capacitación en técnicas avanzadas de investigación y gestión de procesos comerciales.
- Dimensión de capacitación interpersonal en habilidades comunicativas y de negociación, tanto en lengua materna como en lengua extranjera, contenidos desarrollados por las asignaturas de Técnicas de Comunicación, Lenguas Extranjeras (Inglés, francés y alemán, en sus tres niveles) y Negociación Intercultural.

Materias \ Asignaturas.

C.1. Comunicación: 36 créditos

Asignaturas:

- C.1.1. Comunicación Comercial: Publicidad y Promoción de Ventas. Obligatoria. 6 créditos; Segundo curso, segundo cuatrimestre
- C.1.2. Negociación Intercultural. Optativa. 6 créditos
- C.1.3. Técnicas de Comunicación. Optativa. 6 créditos
- C.1.4. Lengua Extranjera I. Obligatoria. 6 créditos; Primer curso, segundo cuatrimestre
- C.1.5. Lengua Extranjera II. Obligatoria. 6 créditos; Segundo curso, primer cuatrimestre
- C.1.6. Lengua Extranjera III. Optativa. 6 créditos



C.2. Marketing: 42 créditos

Asignaturas:

- C.2.1. Fundamentos de Marketing. Obligatoria. 6 créditos; Segundo curso, primer cuatrimestre
- C.2.2. Comercio Electrónico. Obligatoria. 6 créditos; Segundo curso, primer cuatrimestre
- C.2.3. Logística II. Obligatoria. 6 créditos; Tercer curso, segundo cuatrimestre
- C.2.4. Investigación de Mercados. Obligatoria. 6 créditos; Tercer curso, segundo cuatrimestre
- C.2.5. Gestión de Ventas y Proceso Comercial. Obligatoria. 6 créditos; Tercer curso, primer cuatrimestre.
- C.2.6. Comercio Exterior. Obligatoria. 6 créditos; Tercer curso, segundo cuatrimestre
- C.2.7. Aplicaciones Sectoriales del Marketing. Optativa. 6 créditos

C.3. Comportamiento del Consumidor: 6 créditos

Asignatura:

- C.3.1. Comportamiento del Consumidor. Obligatoria. 6 créditos; Segundo curso, segundo cuatrimestre

Competencias:

G1, G2, G3, G4, G5, G6, E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12, E13, E14, E15, E16, E17, E18, E19, E20, E24, E27, T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8



1

Ficha de módulo:				
D. ACTIVIDAD EMPRESARIAL				
Créditos ECTS:	Carácter:			Curso:
54 créditos ECTS	FB	OB	OP	Mixto
Unidad temporal:				
Anual Cuatrimestral				
Ubicación dentro del plan de estudios y duración:				
El módulo está distribuido a través de los distintos cursos y cuatrimestres, tal y como está descrito en la secuenciación de los módulos y asignaturas.				
Requisitos previos:				
Los indicados en las fichas de las asignaturas que conforman el módulo.				
Procedimientos de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones:				
Las asignaturas que conforman este módulo van a realizar un proceso de evaluación continua (ver detalles en la ficha de cada asignatura) con los siguientes porcentajes medios:				
Exámenes puntuales: 65 %				
Asistencia y participación en clase, trabajo individual o grupal y exposiciones orales: 35%				
Se habilitará un procedimiento alternativo de evaluación para aquellos alumnos que no puedan realizar evaluación continua.				
Justificación del módulo:				
El conocimiento de la actividad empresarial requiere desde la óptica del enfoque sistémico la introducción a los principales subsistemas de la empresa: Directivo, productivo, comercial, financiero, etc. Lo anterior se consigue en varios de los módulos presentados. En éste, en concreto, nos centramos en los aspectos directivos, de organización y de la gestión de los recursos humanos, así como en la vertiente financiera de la empresa.				
El módulo se completa con los contenidos necesarios para que el alumno conozca la composición y evolución del patrimonio empresarial así como la elaboración e interpretación de la información contable tanto interna como externa.				
Actividades formativas:				
El siguiente cómputo incluye tanto actividades presenciales como no presenciales del conjunto de todas las asignaturas que conforman el módulo, pudiendo verse el detalle individual en la ficha de cada asignatura.				
1. Clases teóricas (lección magistral): 14,8 ECTS				
2. Clases prácticas/seminarios/laboratorio: 19,4 ECTS				
3. Tutorías grupales o individuales: 8,4 ECTS				
4. Otras actividades: 6,5 ECTS				
5. Evaluación y su preparación: 4,9 ECTS				
Resultados de aprendizaje:				
Los resultados se agrupan en tres vertientes claramente diferenciadas:				
<u>Vertiente contable:</u>				
1. Conocer los criterios y normas recogidas en el Plan General de Contabilidad.				
2. Redactar los distintos estados contables de la empresa.				
3. Analizar e interpretar la información económico-financiera procedente de los estados contables.				
4. Realizar informes de autoría interna.				
5. Conocer los instrumentos más importantes del control de gestión, tales como los presupuestos, análisis de desviaciones y el cuadro de mando integral.				
<u>Vertiente organizativa-directiva:</u>				
1. Conocer y aplicar las funciones directivas en la empresa.				
2. Comprender la trascendencia de los recursos humanos en la empresa, haciendo especial hincapié en la motivación, el liderazgo y la comunicación.				
3. Ser capaz de comprender las funciones que intervienen en la Logística Integral (Aprovisionamiento, Producción, Distribución y Evaluación Logística) y las relaciones existentes entre ellas.				



4. Tomar conciencia de la importancia que tiene la logística para mejorar la competitividad de las empresas y la buena imagen y prestigio de las mismas.
5. Conseguir un adecuado conocimiento de las diferentes tareas necesarias en la gestión de un equipo de ventas: diseño de puestos, reclutamiento, selección y remuneración.

Vertiente financiera:

1. Conocer las principales decisiones financieras de la empresa.
2. Valorar la rentabilidad de un proyecto mediante diferentes criterios financieros.
3. Conocer y entender las fuentes de financiación empresariales y el coste que tiene su uso (coste de capital).
4. Identificar las necesidades financieras específicas de las PYMEs y evaluar los productos financieros diseñados para ellas.
5. Adquirir habilidades de negociación con las entidades financieras.
6. Manejar la operativa financiera de las distintas fórmulas usadas por las empresas a través de modelos prácticos e instrumentales.

Además se establecen varios resultados comunes:

1. Resolución de supuestos y casos prácticos de diversa índole.
2. Comprensión de artículos y capacidad crítica y reflexiva para valorar y obtener conclusiones de los mismos.

Breve descripción de contenidos:

- La Contabilidad como sistema de información
- Métodos, registros y normas contables
- Contabilidad de costes y control de gestión
- Auditoría interna: metodología y valoración
- Comprensión de la empresa como un sistema complejo y abierto con su entorno
- Análisis de los principales aspectos de la función directiva
- Estudio de las funciones de la logística interna: Aprovisionamientos y producción
- Introducción a la dirección de recursos humanos, con especial énfasis en la fuerza de ventas
- Estudio de las principales decisiones financieras de la empresa
- Instrumentos particulares de financiación de las PYMEs y de las operaciones comerciales
- Análisis cuantitativo de las operaciones financieras

Materias \ Asignaturas.

- D.1. Contabilidad: 18 créditos
 Asignaturas:
 D.1.1. Fundamentos de Contabilidad Financiera. Obligatoria. 6 créditos; Primer curso, segundo cuatrimestre
 D.1.2. Análisis y Control de Gestión. Obligatoria. 6 créditos. Segundo curso, segundo cuatrimestre
 D.1.3. Auditoría Interna. Optativa. 6 créditos
- D.2. Organización de Empresas I: 18 créditos
 Asignaturas:
 D.2.1. Organización de Empresas. Obligatoria. 6 créditos; Primer curso, primer cuatrimestre
 D.2.2. Logística I. Obligatoria. 6 créditos; Tercer curso, primer cuatrimestre
 D.2.3. Dirección de Recursos Humanos y Gestión de Fuerza de Ventas. Obligatoria. 6 créditos; Tercer curso, primer cuatrimestre
- D.3. Finanzas I: 18 créditos
 Asignaturas:
 D.3.1. Dirección Financiera. Obligatoria. 6 créditos; Segundo curso, primer cuatrimestre
 D.3.2. Financiación de PYMEs y Operaciones Comerciales. Obligatoria. 6 créditos; Segundo curso, segundo cuatrimestre
 D.3.3. Operaciones Financieras Aplicadas al Comercio. Optativa. 6 créditos

Competencias:

G1, G2, G3, G4, G5, G6, E6, E7, E10, E11, E12, E13, E16, E21, E22, E23, E27, T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8



Ficha de módulo:				
E. HERRAMIENTAS INSTRUMENTALES Y NUEVAS TECNOLOGIAS				
Créditos ECTS:	Carácter:		Curso:	Unidad temporal:
39 créditos ECTS	FB	OB	OP	Mixto
Ubicación dentro del plan de estudios y duración:				
El módulo está distribuido a través de los distintos cursos y cuatrimestres, tal y como está descrito en la secuenciación de los módulos y asignaturas.				
Requisitos previos:				
Los indicados en las fichas de las asignaturas que conforman el módulo.				
Procedimientos de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones:				
Las asignaturas que conforman este módulo van a realizar un proceso de evaluación continua (ver detalles en la ficha de cada asignatura) con los siguientes porcentajes medios:				
Exámenes puntuales: 64,3 %				
Asistencia y participación en clase, trabajo individual o grupal y exposiciones orales: 35,7%				
Se habilitará un procedimiento alternativo de evaluación para aquellos alumnos que no puedan realizar evaluación continua.				
Justificación del módulo:				
Este módulo es imprescindible para el alumno de comercio porque proporciona un conjunto de herramientas necesarias para la interpretación matemática de situaciones económicas, para la obtención, clasificación y análisis de información a partir de conjuntos de datos y para la utilización de la informática y las nuevas tecnologías, imprescindibles hoy en día en el funcionamiento de la empresa. Todo ello permite que la toma de decisiones económicas se efectúe en mejores condiciones.				
Actividades formativas:				
El siguiente cómputo incluye tanto actividades presenciales como no presenciales del conjunto de todas las asignaturas que conforman el módulo, pudiendo verse el detalle individual en la ficha de cada asignatura.				
1. Clases teóricas (lección magistral): 11,1 ECTS				
2. Clases prácticas/seminarios/laboratorio: 13,9 ECTS				
3. Tutorías grupales o individuales: 3,3 ECTS				
4. Otras actividades: 2,9 ECTS				
5. Evaluación y su preparación: 7,8 ECTS				
Resultados de aprendizaje:				
1. Capacidad para aprender por descubrimiento, facilitando su actualización de conocimientos a lo largo de la vida profesional del alumno				
2. Capacidad para trasladar a términos matemáticos, estadísticos e informáticos las situaciones económicas presentes en la realidad comercial				
3. Capacidad para la elección y utilización de recursos matemáticos, estadísticos e informáticos en la toma de decisiones óptimas para la resolución de problemas en el ámbito comercial				
4. Planificación, elección y utilización de recursos matemático-financieros y estadísticos				
5. Adquisición de destrezas para armonizar la parte teórica con la parte práctica				
6. Habilidad de trabajo individual y grupal soportada en aplicaciones de nuevas tecnologías				
7. Adquisición de destrezas para adoptar metodologías activas, participativas y creativas, desarrollando el currículum a partir de situaciones significativas para el alumnado, asumiendo un papel de orientador, facilitador y guía del aprendizaje, buscando la motivación y el interés del alumnado por el aprendizaje				
8. Conductas y actitudes analíticas, de rigor y de trabajo sistemático en la realización de observaciones por parte de los estudiantes				
9. Comprensión de conceptos relacionados con la ciencia financiera, con la optimización de recursos y con la ciencia estadística dentro del ámbito de las empresas comerciales				
10. Desarrollar la capacidad crítica y reflexiva, en la comprensión y valoración de la información obtenida a través de diferentes medios (Internet, revistas, prensa, libros, etc.)				
11. Investigar sobre la propia práctica, introduciendo propuestas de innovación encaminadas a la mejora y generando ideas nuevas				



12. Preparación óptima para una buena comprensión y desarrollo óptimo de asignaturas relacionadas con las finanzas, la investigación comercial u otras de carácter económico
13. Saber presentar y analizar un conjunto de datos, extrayendo de ellos la información necesaria para la toma de decisiones
14. Conocer los indicadores económicos y el análisis de las variables económicas a través del tiempo
15. Conocer los valores característicos más importantes de las variables económicas aleatorias, las técnicas de muestreo estadístico y las técnicas de inferencia estadística (estimación y contraste de hipótesis)
16. Saber interpretar los resultados de una encuesta
17. Dominar los programas estadísticos de análisis de datos, realizando estudios estadísticos completos
18. Conocer los métodos estadísticos no paramétricos y las principales técnicas multivariantes en el campo de la investigación comercial
19. Adquisición de destrezas en el empleo de nuevas tecnologías informáticas
20. Entender la función del Sistema de Información en las organizaciones empresariales y su relación con el resto de sistemas de la empresa
21. Desarrollar habilidades para manejar, así como comprender su potencialidad, de los gestores de bases de datos y hojas de cálculo como herramientas de apoyo que faciliten las relaciones comerciales empresa-cliente, empresa-empresa
22. Comprender la importancia que la Gestión del Conocimiento y de las herramientas de Inteligencia de Negocio tienen en la gestión actual de la información en las organizaciones y en la mejora de los procesos comerciales

Breve descripción de contenidos:

- Introducción a las operaciones financieras: Leyes de capitalización y descuento, tipos de interés, cálculo del T.A.E., valoración de rentas financieras, amortización de préstamos
- Métodos de optimización: Problemas lineales de optimización, problemas de transporte, problemas de asignación y programación por objetivos
- Estadística descriptiva: Análisis de datos correspondiente a una o varias variables
- Variables aleatorias: Distribuciones, características y cálculo de probabilidades
- Inferencia estadística: Muestreo, estimación y contraste de hipótesis
- Métodos multivariantes y métodos no paramétricos
- Manejo de paquetes estadísticos
- Sistemas de información y sistemas informáticos
- Procesador de textos, hoja de cálculo, bases de datos y presentaciones
- Internet y sus servicios

Materias \ Asignaturas.

E.1. Matemáticas: 12 créditos

Asignaturas:

- E.1.1. Matemáticas Comerciales. Obligatoria. 6 créditos; Primer curso, primer cuatrimestre
- E.1.2. Métodos de Optimización para el Comercio. Optativa. 6 créditos

E.2. Estadística: 21 créditos

Asignaturas:

- E.2.1. Introducción a la Estadística. Obligatoria. 6 créditos; Primer curso, segundo cuatrimestre
- E.2.2. Estadística Comercial. Obligatoria. 6 créditos; Segundo curso, primer cuatrimestre
- E.2.3. Métodos y Programación Estadística. Optativa 6 créditos
- E.2.4. Técnicas Multivariantes. Optativa. 3 créditos

E.3. Informática: 6 créditos

Asignaturas:

- E.3.1. Informática Aplicada a la Gestión Comercial I. Obligatoria. 6 créditos; Primer curso, segundo cuatrimestre

Competencias:

G1, G2, G3, G4, G5, E6, E9, E17, E18, E23, E27, T1, T2, T5, T6, T7, T8



Ficha de módulo:				
F. GESTIÓN INTEGRAL DE EMPRESAS COMERCIALES				
Créditos ECTS:	Carácter:		Curso:	Unidad temporal:
21 créditos ECTS	FB	OB	OP Mixto	Anual Cuatrimestral
Ubicación dentro del plan de estudios y duración:				
El módulo está distribuido a través de los distintos cursos y cuatrimestres, tal y como está descrito en la secuenciación de los módulos y asignaturas.				
Requisitos previos:				
Los indicados en las fichas de las asignaturas que conforman el módulo.				
Procedimientos de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones:				
Las asignaturas que conforman este módulo van a realizar un proceso de evaluación continua (ver detalles en la ficha de cada asignatura) con los siguientes porcentajes medios:				
Exámenes puntuales: 60 %				
Asistencia y participación en clase, trabajo individual o grupal y exposiciones orales: 40%				
Justificación del módulo:				
<p>El entorno actual, cada vez más competitivo, hace necesaria una visión de empresa enfocada a la excelencia. Si entendemos la competitividad como la capacidad que tiene una organización para mantener o mejorar su situación en el mercado, es evidente que las empresas están obligadas a generar y a mantener una serie de atributos comparativos en relación con la competencia. Ya no es suficiente alcanzar un cierto nivel de satisfacción de nuestros clientes, sino que, igual que el entorno, es necesario que las empresas adapten su estrategia global a este nuevo reto de ser los mejores.</p> <p>En este contexto actual, se ha de hacer una apuesta por la innovación en la gestión, por la implantación y consolidación de modelos de gestión adaptados al siglo XXI. Si queremos competir en mercados globales nos hemos de enfocar hacia una gestión más eficaz y eficiente de los procesos, optimizar nuestros recursos y aprovechar las sinergias mutuas. La integración de sistemas de gestión (calidad, medio ambiente y seguridad y salud laboral) supone una oportunidad al alcance de todos para incidir positivamente en las dinámicas empresariales y mejorar aspectos de la gestión diaria como la documentación, la toma de decisiones y el establecimiento de la estrategia. No se trata sólo de un ahorro de costes, sino, lo que es más importante y el auténtico beneficio de este sistema, es el cambio de enfoque en la estrategia de la empresa. Todos los contenidos y actividades formativas de este módulo están orientados a la función comercial de una compañía (es decir, a los departamentos comerciales, de ventas o de marketing) y a la propia actividad comercial, esto es, en los aspectos comerciales de las operaciones transaccionales que se desarrollan en un mercado.</p>				
Actividades formativas:				
El siguiente cómputo incluye tanto actividades presenciales como no presenciales del conjunto de todas las asignaturas que conforman el módulo, pudiendo verse el detalle individual en la ficha de cada asignatura.				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Clases teóricas (lección magistral): 4,2 ECTS 2. Clases prácticas/seminarios/laboratorio: 9 ECTS 3. Tutorías grupales o individuales: 3 ECTS 4. Otras actividades: 2,7 ECTS 5. Evaluación y su preparación: 2,1 ECTS 				
Resultados de aprendizaje:				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender la importancia de satisfacer al cliente y conocer los medios para conseguirlo. 2. Aplicar la mejora continua de procesos como vía para alcanzar la excelencia. 3. Reconocer e impulsar el papel de las personas en la gestión de la calidad. 4. Adquirir los conocimientos necesarios para el diseño e implantación de sistemas de calidad en la empresa y en el comercio (ISO 9000, EFQM, UNE 175001-1,...) y de gestión medioambiental (ISO 14000). 5. Entender el concepto de responsabilidad social de la empresa (R.S.E.). 6. Conocer los aspectos legales de la R.S.E. 7. Poder realizar una gestión integrada de la R.S.E. 8. Estimular la sensibilidad del alumno hacia los problemas éticos y concienciarle sobre las obligaciones y 				



<p>responsabilidad éticas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 9. Contribuir a la formación de los valores éticos de los alumnos. 10. Integrar las competencias adquiridas en el campo de la ética dentro de la dirección de empresas. 11. Adquirir las destrezas en el empleo de nuevas tecnologías informáticas y para adoptar metodologías activas, participativas y creativas. 12. Capacitar para el análisis de problemas y situaciones nuevas en función de la evolución de la tecnología. 13. Introducir al alumno en las metodologías y herramientas empleadas con más frecuencia en las empresas que se encuentran en la etapa de utilización de sistemas de planificación de los recursos empresariales, (ERP's), sistemas de gestión de la cadena de suministros (SCM's) y sistemas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM's). 14. Conocer de forma práctica los sistemas gestores de bases de datos relacionales, los sistemas de Información empresariales, los ERP's, los SCM's y los CRM's. 15. Adquirir los conocimientos básicos sobre la gestión de los riesgos laborales en la empresa. 16. Obtener la información básica sobre salud laboral, proporcionar ideas e instrumentos para la implantación coherente y real de la prevención en el ambiente laboral de las empresas. 17. Identificar y desarrollar los conceptos básicos de salud laboral y de sus más importantes técnicas analíticas y operativas, y alcanzar el nivel adecuado de información teórica o de conocimientos específicos sobre la materia, proporcionándole una visión de conjunto.

Breve descripción de contenidos:

<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a los sistemas de gestión integrados • Estructura documental de un sistema de gestión integrado • Gestión de la calidad • Gestión ambiental • Gestión de la prevención • Integración de los sistemas de gestión • Sistemas informáticos de integración documental • Gestión integrada de la responsabilidad social de la empresa • Ética empresarial

Materias \ Asignaturas.

<p>F.1. Organización de empresas II: 15 créditos</p> <p>Asignaturas:</p> <p>F.1.1. Gestión de la Calidad y del Medio Ambiente. Optativa. 6 créditos</p> <p>F.1.2. Responsabilidad Social de la Empresa y Ética Comercial. Optativa. 3 créditos</p> <p>F.1.3. Informática Aplicada a la Gestión Comercial II. Optativa. 6 créditos</p> <p>F.2. Derecho Laboral II: 6 créditos</p> <p>Asignaturas:</p> <p>F.2.1. Prevención de Riesgos Laborales. Optativa. 6 créditos</p>

Competencias:

<p>G1, G2, G3, G4, G5, G6, E6, E7, E9, E15, E18, E21, E27, T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8</p>



Ficha de módulo:					
G. INICIATIVA EMPRENDEDORA					
Créditos ECTS:	Carácter:			Curso:	Unidad temporal:
15 créditos ECTS	FB	OB	OP	Mixto	Anual Cuatrimestral
Ubicación dentro del plan de estudios y duración:					
El módulo está distribuido a través de los distintos cursos y cuatrimestres, tal y como está descrito en la secuenciación de los módulos y asignaturas.					
Requisitos previos:					
Los indicados en las fichas de las asignaturas que conforman el módulo.					
Procedimientos de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones:					
Debido a la especificidad de este módulo, los procedimientos de evaluación del mismo se detallan a continuación por asignaturas:					
G.1.1. Dirección Estratégica. Toma de Decisiones.					
Esta asignatura se servirá de los siguientes procedimientos de evaluación diferenciados:					
<ol style="list-style-type: none"> 1. La participación en las prácticas (seminarios) de la asignatura: 30% de la puntuación global 2. La realización de un trabajo individual sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumno: 20 % de la puntuación global 3. La asistencia/participación en las actividades propuestas anexas a la asignatura (ciclos de conferencias, congresos, talleres...): 10% de la puntuación global 4. Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumno: 40% de la puntuación global 					
G.1.2. Creación de Empresas.					
Esta asignatura se servirá de dos procedimientos de evaluación diferenciados:					
<ol style="list-style-type: none"> 1. El primero de ellos se centrará en las actividades prácticas y la entrega del plan de empresa. Se evaluará tanto la entrega escrita como la participación y presentación del plan de empresa en público delante de los compañeros 2. Las actividades formativas de presentación de conocimientos y procedimientos y de estudio individual del estudiante serán evaluadas mediante una prueba escrita. Este procedimiento tendrá un peso significativamente menor que el enunciado en primer lugar 					
G.2.1. Plan Económico y Financiero.					
Esta asignatura se servirá de dos procedimientos de evaluación diferenciados:					
<ol style="list-style-type: none"> 1. El primero de ellos se centrará en el seguimiento de las actividades programadas. Dichos trabajos o actividades serán autoevaluados por el alumnado además de ser evaluados por el profesorado de la asignatura. Para ello diseñará un protocolo de actuación en el que se programarán las reuniones periódicas para realizar el seguimiento de cada proyecto con la documentación entregada por el alumnado, así como el trabajo desarrollado por éste y las habilidades y actitudes mostradas 2. Las actividades formativas de presentación de conocimientos y procedimientos y de estudio individual del estudiante serán evaluadas mediante una prueba escrita. Este procedimiento tendrá un peso significativamente menor que el enunciado en primer lugar 					
G.2.2. Juego de Simulación Empresarial.					
<ul style="list-style-type: none"> • La evaluación será continua estando en función de las decisiones tomadas y de los resultados obtenidos • Será obligatoria la asistencia a todas las sesiones de trabajo para la toma de decisiones 					
Justificación del módulo:					



La realización de este módulo pretende, por una parte, despertar en el alumno la inquietud empresarial y, por otra, dotar al alumno de herramientas y conocimientos necesarios para la toma de decisiones en determinados ámbitos empresariales.

Se analizarán las características y el concepto de emprendedor y el proceso de creación de empresas, con el objeto de que el alumno pueda evaluar su iniciativa empresarial.

Además, se fomentará la capacidad observadora del alumno enfocada a la búsqueda de oportunidades de negocio. En un entorno tan dinámico, el alumno estará preparado para afrontar la toma de decisiones tanto del día como estratégicas. Será capaz de relacionar los distintos ámbitos y funciones de la empresa, así como de utilizar herramientas que le proporcionen información útil, tanto del análisis de mercados como del uso eficiente de sus recursos.

Actividades formativas:

El siguiente cómputo incluye tanto actividades presenciales como no presenciales del conjunto de todas las asignaturas que conforman el módulo, pudiendo verse el detalle individual en la ficha de cada asignatura.

1. Clases teóricas (lección magistral): 3,1 ECTS
2. Clases prácticas/seminarios/laboratorio: 3,5 ECTS
3. Tutorías grupales o individuales: 2,6 ECTS
4. Otras actividades: 4,5 ECTS
5. Evaluación y su preparación: 1,3 ECTS

Resultados de aprendizaje:

1. Saber gestionar la empresa a largo plazo.
2. Comprender el proceso para la toma de decisiones.
3. Saber realizar el diagnóstico, interno y externo, para la determinación de los objetivos.
4. Seleccionar la estrategia más adecuada a la situación de la empresa y conocer los aspectos más relevantes de la implantación de la estrategia.
5. Desarrollar y fomentar una actitud creativa y resolutiva a la hora de afrontar las diferentes dificultades que implica la puesta en práctica de las ideas empresariales.
6. Capacidad de desarrollar una idea de negocio.
7. Conocer las habilidades del emprendedor y capacidad de cada alumno para reconocer las que posee y desarrollarlas.
8. Ser capaz de elaborar un plan de empresa.
9. Ser capaz de realizar planes económicos financieros para empresas comerciales.
10. Planificar, elegir y utilizar instrumentos financieros.
11. Adquirir conductas y actitudes analíticas ante problemas financieros.
12. Comprender los conceptos relacionados con las decisiones empresariales de inversión y financiación.
13. Comprender la interrelación entre las diferentes áreas funcionales de la empresa y la interacción con el mercado.
14. Fomentar la capacidad de trabajo en equipo, de competencia y de participación en actividades grupales.
15. Fortalecer habilidades en el proceso de toma de decisiones empresariales.

Breve descripción de contenidos:

- La iniciativa empresarial e idea de negocio
- Requisitos y obligaciones legales para la creación de empresas
- Análisis interno y del entorno. Aplicación en la selección e implantación de estrategias empresariales
- Elaboración del plan de negocio (plan de marketing, plan de producción, plan de recursos humanos)
- Elaboración del plan de inversión y financiación
- Análisis de las decisiones de inversión y financiación
- Estudio de la viabilidad del proyecto

Materias \ Asignaturas.

G.1. Organización III: 6 créditos

Asignaturas:

- G.1.1. Dirección Estratégica. Toma de Decisiones. Optativa. 3 créditos
G.1.2. Creación de Empresas. Optativa. 3 créditos

G.2. Finanzas II: 9 créditos



Asignaturas:

G.2.1. Plan Económico y Financiero. Optativa. 6 créditos

G.2.2. Juego de Simulación Empresarial. Optativa. 3 créditos

Competencias:

G1, G2, G3, G4, G5, G6, E2, E3, E4, E6, E10, E13, E18, E22, E23, E27, T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8



Ficha de módulo:				
H. PRÁCTICUM				
Créditos ECTS:	Carácter:			Curso:
27 créditos ECTS	FB	OB	OP	Mixto
Unidad temporal:				
Anual				
Cuatrimestral				
Ubicación dentro del plan de estudios y duración:				
El módulo está distribuido a través de los distintos cursos y cuatrimestres, tal y como está descrito en la secuenciación de los módulos y asignaturas.				
Requisitos previos:				
Para la orientación del alumnado y de los tutores se confeccionará una guía de Prácticas en Empresa o Instituciones, que regulará los principales aspectos del mismo.				
En muchos casos se va a tratar de ligar el desarrollo de la práctica con el Trabajo de Fin de Grado, de forma que el alumno pueda elaborar un proyecto relacionado con la empresa en la que está llevando a cabo sus prácticas. De esta forma saldrían beneficiados tanto alumnos como empresas.				
El Trabajo de Fin de Grado sólo podrá ser evaluado una vez que se tenga constancia de que el estudiante ha superado las evaluaciones previstas en las restantes materias del Plan de Estudios y dispone, por tanto, de todos los créditos necesarios para la obtención del Título de Grado, salvo los correspondientes al propio Trabajo.				
Procedimientos de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones:				
La evaluación de las Prácticas Externas incluirá los siguientes elementos:				
1. Las actividades reflejadas en los documentos (memoria, diario, informe,...)				
2. El control de la actividad realizada en el período de prácticas en las empresas				
En los procedimientos de evaluación intervendrán los tutores en la empresa/institución y los asignados por la Universidad. Se tomarán en consideración aspectos formales, cognoscitivos, procedimentales, actitudinales, así como la implicación personal del estudiante				
Para la evaluación del Trabajo de Fin de Grado se llevará a cabo el siguiente procedimiento:				
El Presidente de la respectiva Comisión Evaluadora notificará a cada estudiante el lugar, día y horas fijados para la defensa de su Trabajo, al menos con diez días naturales de antelación respecto de la fecha señalada para la defensa. La defensa del Trabajo de Fin de Grado será realizada por el estudiante en sesión pública, mediante la exposición oral de las líneas principales del mismo. A continuación, el estudiante contestará a las preguntas y aclaraciones que planteen los miembros de la Comisión Evaluadora. La Comisión Evaluadora deliberará sobre la calificación a puerta cerrada, dando audiencia al tutor antes de otorgar la calificación. Si el resultado de la calificación fuera suspenso, la Comisión Evaluadora hará llegar al estudiante y a su tutor las recomendaciones oportunas.				
La Comisión Evaluadora redactará y firmará la correspondiente acta de calificación, que se hará pública y se remitirá al órgano designado para este propósito por el Centro. La Comisión Evaluadora podrá proponer en acta motivada la concesión de la mención "Matrícula de Honor" al trabajo cuya calificación sea igual o superior a 9. El número de estas menciones no podrá exceder el cinco por ciento del alumnado matriculado en esta asignatura, salvo que su número sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una única "Matrícula de Honor". El Centro designará el órgano que decidirá sobre la asignación de estas menciones. Las calificaciones otorgadas por las distintas comisiones evaluadoras serán trasladadas al acta de la asignatura Trabajo de Fin de Grado por el órgano que designe el Centro.				
Justificación del módulo:				
El sentido y la práctica del Grado en Comercio entienden el Practicum como un espacio pedagógico donde se reelabora la experiencia personal y social, donde se construye el conocimiento mediante la interacción, donde se posibilitan los intercambios y se desarrollan habilidades necesarias para la práctica profesional.				
Se propone un proceso de enseñanza-aprendizaje en el que se concibe el Practicum como un movimiento de búsqueda y de avance entre varios y que recaba una actuación relevante del otro (el docente universitario, el compañero, el tutor de la empresa, etc.)				
Actividades formativas:				



1. Desarrollo de prácticas en las empresas: Incluye la realización de actividades a lo largo del período de asistencia del estudiante a las empresas. Las citadas actividades se estructurarán de manera progresiva, incluyendo un mayor peso de la observación en los momentos iniciales, para encaminarse progresivamente a una mayor participación en las tareas empresariales o en la planificación de procesos y de proyectos (15 ECTS).
2. Elaboración de documentos: A lo largo del período de prácticas el estudiante elaborará diferentes documentos (memoria, diario, informes, etc.) que ayudarán al desarrollo de las competencias de esta asignatura y constituirán un reflejo del proceso de adquisición de las mismas (1,5 ECTS).
3. Tutorías individuales (con los tutores asignados en la empresa o en la Universidad) (1,5 ECTS).
4. Elaboración de la Memoria del Trabajo de Fin de Grado: El Trabajo de Fin de Grado será realizado individualmente por cada estudiante bajo la dirección de un tutor y se concretará en una Memoria (8,5 ECTS)
5. Tutoría y defensa del Trabajo de Fin de Grado. El tutor se designará entre el profesorado que imparte docencia en el Título y en su labor de tutoría deberá fijar las especificaciones del Trabajo de Fin de Grado, orientar al estudiante durante la realización del mismo, velar por que el estudiante alcance los objetivos inicialmente establecidos en el tiempo fijado, así como autorizar su presentación (0,5 ECTS)

Resultados de aprendizaje:

1. Diseño, desarrollo y evaluación de procesos de un proyecto empresarial
2. Puesta en práctica de estrategias que sirvan para definir el propio estilo comercial/empresarial
3. Lecturas críticas de documentos organizativos y legislativos
4. Análisis de las características de las empresas y sus distintos departamentos
5. Desarrollo de un pensamiento crítico que posibilite procesos de reflexión (teoría-práctica) y la toma de decisiones sobre situaciones de enseñanza-aprendizaje
6. Elaboración de diarios que sirvan para analizar problemas de la práctica en la empresa
7. Elaboración de una memoria del período de prácticas en la que se refleje la actuación llevada a cabo y el análisis y la valoración crítica de la misma.
8. Elaboración de la Memoria del Trabajo de Fin de Grado
9. Exposición oral de las líneas principales del Trabajo de Fin de Grado
10. Discusión y debate sobre las observaciones y preguntas formuladas por la Comisión Evaluadora

Breve descripción de contenidos:

La asignatura de Prácticas Externas no establece una relación de temas, aunque sí pueden distinguirse los siguientes asuntos que serán abordados durante su desarrollo:

- Evaluación inicial de expectativas y conocimientos previos
- Objetivos, finalidad y fases de la práctica
- Documentos de la práctica
- Sentido e importancia de los procesos de observación durante la práctica
- Sentido e importancia de los procesos de reflexión y de interacción teoría-práctica
- Análisis colaborativo de experiencias profesionales
- Otros aspectos relevantes de la práctica empresarial
- Evaluación del proceso de la práctica empresarial

Los contenidos del Trabajo de Fin de Grado podrán referirse a los conocimientos y capacidades adquiridos en las distintas materias del Título de Grado.

El Centro hará público, antes de terminar el segundo mes del curso académico, una relación de temas susceptibles de ser desarrollados por el alumnado como Trabajo de Fin de Grado. Se procurará la coherencia en la citada relación de temas, así como la necesaria amplitud y diversidad de los temas ofertados.

El Centro dispondrá de un registro en el que se inscribirán los Títulos de los Trabajos de Fin de Grado una vez hayan sido adjudicados, así como los tutores asignados. La publicación del listado citado se realizará antes de que finalicen las clases del primer cuatrimestre.

Materias \ Asignaturas.

H.1. Prácticas Externas (en Empresas o Instituciones): 18 créditos

Asignatura:

H.1.1. Prácticas Externas (en Empresas o Instituciones): 18 créditos

H.2. Trabajo de Fin de Grado: 9 créditos

Asignatura:



H.2.1. Trabajo de Fin de Grado: 9 créditos

Competencias:

G1, G2, G3, G4, G5, G6, E5, E6, E12, E15, E18, E27, T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8



6 Personal académico

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

a Personal docente e investigador.

Categoría	Experiencia	Tipo de vinculación a la Universidad	Área de conocimiento	Información adicional
PTEU	Docencia: Desde 1996.	Funcionario	Comercialización e Investigación de Mercados	
PTEU	Docencia: Desde 1986.	Funcionario	Comercialización e Investigación de Mercados	
PTEU	Docencia: Desde 1990.	Funcionario	Comercialización e Investigación de Mercados	
Profesor Ayudante Doctor	Docencia: Desde 1996. Acreditada por la ANECA como profesor contratado doctor (26/01/08).	Contratado laboral	Derecho Administrativo	
PTEU Doctor	Docencia: Desde 1989	Funcionario	Derecho Civil	
CAEU	Docencia: Desde 1992. Investigación: 1 tramo Magistrado suplente en el TSJ de CYL Fiscal suplente en la Audiencia Provincial de Valladolid	Funcionario	Derecho civil	
PTEU	Docencia: Desde 1984. Abogado.	Funcionario	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	
Profesor Asociado	Docencia: Desde 1989. Abogado.	Contratado Administrativo	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	
Profesor Colaborador Doctor	Docencia: Desde 1986.	Contratado laboral	Derecho Internacional Privado	
PTEU	Docencia: Desde 1989.	Funcionario	Derecho Mercantil	
Profesor Asociado	Docencia: Desde 1992.	Contratado Laboral	Derecho Mercantil	
PTEU	Docencia: Desde 1988.	Funcionario	Economía Aplicada	
PTEU	Docencia: Desde 1981.	Funcionario	Economía Aplicada	Ex-Secretaria de la EUUE(UVa)
Profesor Ayudante Doctor	Docencia: Desde 1996.	Contratado Laboral	Economía Aplicada	
PTUN	Docencia: Desde 1986.	Funcionario	Economía Aplicada	Ex -Secretario del Instituto de Estudios Europeos de la Universidad de Valladolid.
PTUN	Docencia: Desde 1986. Investigación: 1	Funcionario	Economía Aplicada	Ex-Secretario de la EUUE(UVa) Director de



	tramo.			Programa de Doctorado. Director de un Grupo de Investigación Reconocido de la Universidad de Valladolid.
PTEU	Docencia: Desde 1989.	Funcionario	Economía Aplicada	
PTEU	Docencia: Desde 1984.	Funcionario	Economía Aplicada	Secretario departamento
PTUN	Docencia: Desde 1981	Funcionario	Economía Aplicada	Ex-Vicerrector de la Universidad de Valladolid. Ex-Director de la EUUE(UVa)
PTEU	Docencia: desde 1990. 3 quinquenios de docencia	Funcionario	Economía Aplicada	Ex-Secretario de la EUUE(UVa) Director de la EUUE(UVa)
PTEU	Docencia: Desde 1989.	Funcionario	Economía Aplicada	
PTEU Doctor	Docencia: Desde 1992.	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	
PTEU Doctor	Docencia: Desde de 1985.	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	
PTEU Doctor	Docencia: Desde 1990	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	
PTEU	Docencia: Desde 1985.	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	Ex-Subdirectora de la E.U.E.E. (Uva)
PTEU	Docencia: Desde 1990.	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	Secretaria de la EUUE(UVa). Secretaria del Centro de Estudios de Asia de la Universidad de Valladolid. Vicepresidenta de la Comisión del Certamen Empresario del Año. Ex-Subdirectora de la EUUE(UVa)
PTEU	Docencia: Desde 1987.	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	Subdirector de la EUUE(UVa) Ex - Director de Curso Especialista Universitario. Secretario de la Comisión del Certamen Empresario del Año.
Profesor Ayudante Doctor	Docencia: Desde 1996.	Contratado Laboral	Economía Financiera y Contabilidad	
PTEU	Docencia: Desde 1990	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	Ex –Subdirector de la E.U.E.E. (Uva)
CAEU	Docencia: Desde 1989. Pertenece a un Grupo de Investigación Reconocido de la Univ. de Valladolid.	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	Ex-Director de Departamento Subdirector de la EUUE(UVa) Vocal de la Comisión del Certamen



Grado de Comercio, Versión 2, 1906/2009.

Universidad de Valladolid \ Escuela Universitaria de Estudios Empresariales

UniversidaddeValladolid

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

				Empresario del Año.
PTEU	Docencia: Desde 1989.	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	
PTUN	Docencia: Desde 1983. Consultor de la Organización Nacional de Expertos Contables sobre la Información Financiera.	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	Ex -Secretario de Departamento. Decano del Colegio de Economistas de Valladolid. Secretario de la Organización Nacional de Economistas de la Educación. Tesorero del Consejo General de Colegios de Economistas de España
PTEU	Docencia: Desde 1987	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	
PTEU	Docencia: Desde 1988.	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	
CAEU	Docencia: Desde 1984.	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	
PTEU	Docencia: Desde 1982. Vocal de la Cámara Of. de Comercio e Industria de Valladolid	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	Ex-Director de la E.U.E.E. (Uva) Ex-Subdirector de la E.U.E.E. (Uva)
PTUN	Docencia: Desde 1981.	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	Ex-Director de la EUEE(UVa) Ex-Subdirector de la EUEE(UVa) Ex-Secretario de Departamento.
PTEU	Docencia desde 1992	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	
PTEU	Docencia: Desde 1984	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	Director de Curso de Especialista Universitario.
PTUN	Docencia: Desde 1985. Investigación: 1 tramo.	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	Ex-Subdirector de la EUEE(UVa) Ex-Secretario de Departamento.
PTEU	Docencia: Desde 1989.	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	Ex-Secretario de Departamento.
PTEU	Docencia: Desde 1990.	Funcionario	Economía Financiera y Contabilidad	Tesorera de la Asociación Certamen Empresario del Año.
Profesor Ayudante Doctor	Docencia : Desde 1998. Profesor del master de comercio exterior de la Cámara O. de Comercio e Industria de Valladolid	Contratado Laboral	Filología Alemana	Secretario de Departamento.
Profesor Asociado	Docencia: desde 2004. Exp. Prof.:10 años en la empresa privada.	Contratado a tiempo parcial	Filología Francesa	
Profesor Asociado	Docencia: desde	Contratado a tiempo	Filología Francesa	

VerificaMemoria1008V1.6





Grado de Comercio, Versión 2, 1906/2009.

Universidad de Valladolid \ Escuela Universitaria de Estudios Empresariales

UniversidaddeValladolid

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

	2008.	parcial		
PTUN	Docencia: Desde 1978 en Enseñanza Secundaria. Desde 1988 en la Universidad. Investigación: 2 tramos	Funcionario	Filología Inglesa	Ex-Vicerrector de la Universidad de Valladolid. Ex-Secretario de Departamento.
PTUN	Docencia: Desde 1997.	Funcionario	Filología Inglesa	
PTUN	Docencia: desde 1988. Ex - Catedrático de Bachillerato Investigación: 3 tramos.	Funcionario	Historia e Instituciones Económicas	Ex-Secretario de la Universidad de Verano de Castilla y León. Ex-Secretario de Departamento. Secretario Instituto Universitario L.R.U.
PTEU Doctor	Docencia; Desde 1980 Investigación: 1 tramo.	Funcionario	Historia e Instituciones Económicas	
PTEU	Docencia: Desde 1978.	Funcionario	Organización de Empresas	Ex-Subdirector de la EUEE(UVa) Ex-Director de la EUEE(UVa) Ex-Director de Departamento.
PTEU	Docencia: Desde 1994.	Funcionario	Organización de Empresas	
PTEU	Docencia: Desde 1991.	Funcionario	Organización de Empresas	Director de Área de la Universidad de Valladolid. Ex-Subdirector de la EUEE(UVa)
Profesor Asociado	Docente: Desde 1995. Gerente empresa de turismo rural.	Contratado Laboral	Organización de Empresas	Ex-Coodinador de Curso de Especialista Universitario.
PTUN	Docencia: Desde 1992.	Funcionario	Organización de Empresas	Ex-Secretario de Departamento.
PTEU	Docencia: Desde 1994.	Funcionario	Organización de Empresas	
PTEU	Docencia: Desde 1991.	Funcionario	Organización de Empresas	
PTEU	Docencia: Desde 1987.	Funcionario	Organización de Empresas	Ex -Secretario de la EUEE(UVa) Ex-Sudirector de la EUEE(UVa)
PTUN	Docencia: Desde 1983.	Funcionario	Organización de Empresas	Director del Centro de Estudios de Asia de la Universidad de Valladolid. Subdirector de la EUEE(UVa) Ex Secretario del Centro de Estudios de Asia de la Universidad de Valladolid. Ex –Secretario de la EUEE(UVa)
Profesor Asociado Doctor	Docencia: Desde 1992	Contratado	Sociología	
Profesor Asociado	Docencia: Desde 2008	Contratado Laboral	Sociología	



El porcentaje de doctores dentro del Pdi que impartirá esta titulación es del: 42%

Categoría	Tipo de vinculación	Número de Pdi	Experiencia Docente Investigadora (Suma por categoría)		Experiencia Docente Investigadora (Promedio)	
			Quinquenios	Sexenios	Quinquenios	Sexenios
CAEU Titular Universidad/Cat. E.U.	Funcionario de Carrera	3	9	1	3	0,33
PTUN Titular Universidad/Cat. E.U.	Funcionario de Carrera	6	24	6	4	1
PTEU Titular E.U.	Funcionario de Carrera	40	128	2	3,2	0,05
PRAS Asociado tipo I (No Doctor) 6h	Contratado Administrativo	2				
PRAS Asociado tipo II (No Doctor) 3h	Contratado Administrativo	1				
PRAS Asociado tipo II (No doctor) 6h	Contratado Administrativo	3				
PRAS Asociado tipo IV (Doctor) 6h	Contratado Administrativo	1				
PRAS Asociado tipo IV (No Doctor) 6h	Contratado Administrativo	1				
PRAS Asociado (No Doctor) 3h	Laboral Docente Temporal	1				
PRAS Asociado (No Doctor) 4h	Laboral Docente Temporal	1				
PRAS Asociado (No Doctor) 6h	Laboral Docente Temporal	4				
AYUD Ayudante (3º y 4º año)	Laboral Docente Temporal	1				
PAD Profesor Ayudante Doctor	Laboral Docente Temporal	3				
PCOLA Profesor Colaborador	Laboral Docente Temporal	1				

b Personal de administración y servicios.

La presente tabla presenta el perfil del personal de administración y servicios que prestará apoyo en dicho grado, compuesto, por el personal adscrito directamente a los centros y aquellos que son compartidos por el resto del campus, para aquellos que son campus integrados.

Cartegoría	Perfil	Tipo de vinculación	Número de PAS
AUXILIAR DE SERVICIOS	Auxiliar de Servicios	Laboral Fijo	5
E.ADMINISTRATIVA UNIV.VALLADOL	Jefe de Negociado	Funcionario de Carrera	1
E.ADMINISTRATIVA UNIV.VALLADOL	Jefe Negociado	Funcionario de Carrera	1
E.ADMINISTRATIVA UNIV.VALLADOL	Jefe Sección	Funcionario de Carrera	1
E.ADMINISTRATIVA UNIV.VALLADOL	Secretaria/o Director	Funcionario de Carrera	1
E.ADMINISTRATIVA UNIV.VALLADOL	Secretario/a Administrativo/a	Funcionario de Carrera	2
E.AUXILIARES ADM.UNIV.VALLADOL	Puesto Base Administración	Funcionario Interino	1
E.ADMINISTRATIVA UNIV.VALLADOL	Puesto Base Administración	Funcionario de Carrera	1
E.AYUDANTES ARCH.B.Y M.U.VALLA	Director	Funcionario de Carrera	1
OFICIAL DE BIBLIOTECA	Oficial de Biblioteca	Laboral Eventual	2
OPERADOR DE INFORMATICA	Operador de Informática	Laboral Eventual	1
OPERADOR DE INFORMATICA	Operador de Informática	Laboral Fijo	1
TECNICO ESPECIALISTA DE BIBLIO	TECNICO ESPECIALISTA DE BIBLIOTECA	Laboral Fijo	2
TECNICO ESPECIALISTA DE OFICIO	TECNICO ESPECIALISTA OFICIOS	Laboral Fijo	1



c Adecuación del profesorado

El profesorado implicado en la docencia del grado, detallado en la tabla, presenta una experiencia docente e investigadora adecuada para garantizar la calidad de la docencia, la investigación y la capacitación profesional de los estudiantes, así como una cualificación suficiente para la impartición de docencia y la formación de estudiantes.

De la misma forma el personal de administración y servicios tiene la capacitación y experiencia suficiente para facilitar los servicios correspondientes desarrollados tanto en el centro como en la propia Universidad.

d Mecanismos que se disponen para asegurar la igualdad y no discriminación.

Mecanismos para asegurar la igualdad y la no discriminación en la Universidad de Valladolid.

En el año 2002, la Junta de Gobierno de la Universidad de Valladolid aprobó el Plan de Igualdad entre Hombres y Mujeres, que contempla una serie de objetivos para favorecer una enseñanza respetuosa con la igualdad de oportunidades en la Universidad, facilitar la participación de la mujer en el mundo laboral y económico o fomentar la corresponsabilidad entre hombres y mujeres en la vida cotidiana.

En torno a estos objetivos se vienen desarrollando diversas actividades (ej.-seminarios, jornadas, estudios de investigación, etc.) y otros tantos mecanismos para promover la igualdad entre mujeres y hombres en la Universidad de Valladolid:

- Mecanismos para llevar a cabo una enseñanza respetuosa con la igualdad de oportunidades en la Universidad. Con la inclusión de la perspectiva de género, directa o indirectamente, en algunos programas de investigación de la Universidad.
- Creación de un observatorio en la Universidad de Valladolid sobre la Igualdad de Género integrado por representantes de profesores, alumnos y PAS.
- Estudios e investigaciones sobre la igualdad de oportunidades en el empleo, sobre todo de los/las estudiantes universitarios/as que se incorporan al mundo laboral.
- Apoyo y colaboración con Cursos de Postgrado que se desarrollan en la Universidad de Valladolid para que incorporen la perspectiva de género en su curriculum.
- Jornadas en todos los campus sobre la actividad empresarial femenina, a través de la coordinación de los centros universitarios especializados en éste área con profesionales en el campo.
- Intercambios de información a través de foros, sobre la situación de las mujeres en relación al empleo.
- Colaboración con instituciones y organismos que ejecuten programas de formación dirigidos a la inserción laboral de mujeres y hombres que se vayan a incorporar al mercado laboral.

Integración de personas con discapacidad en la Universidad de Valladolid.

De acuerdo con sus *Estatutos*, la Universidad de Valladolid contempla entre sus fines el de ofrecer educación superior, en régimen de *igualdad de oportunidades* (artículo 6) y el derecho de los miembros de la comunidad universitaria a *no ser discriminados por razones de discapacidad* (art. 133.e). Por otra parte, el artículo 187 de los estatutos señala como derechos de los estudiantes: f) el acceso, en condiciones de igualdad de oportunidades, unas instalaciones adecuadas al desarrollo normal de su actividad universitaria y g) el seguimiento de los estudios con normalidad cuando se tuviera alguna discapacidad, así como la realización de pruebas y exámenes en condiciones acordes con sus capacidades, sin menoscabo de los requisitos académicos exigibles.

En cumplimiento de la normativas la Universidad de Valladolid ha articulado una serie de medidas generales y mecanismos para favorecer la igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad en el desarrollo de los estudios universitarios. A continuación se muestran las principales:

- Mecanismos para facilitar el acceso a la Universidad, desde los estudios de Secundaria, con especial incidencia en las Pruebas de Acceso a los Estudios Universitarios.



- Mecanismos para garantizar el ingreso y plazas en los centros académicos. La UVa reserva un 3% de las plazas disponibles para estudiantes que tengan reconocido un grado de discapacidad igual o superior al 33%, acreditada por el órgano competente de la Comunidad Autónoma correspondiente. De igual modo, los alumnos que tengan reconocido un grado de discapacidad igual o superior al 33% quedan exentos del pago de los precios por servicios académicos.
- Superación de barreras arquitectónicas y de comunicación sensorial. La Universidad de Valladolid, a través de la Unidad Técnica de Arquitectura, desarrolla las medidas de accesibilidad que aplica a los edificios universitarios en cumplimiento de la normativa vigente. El programa de integración del Secretariado de Asuntos Sociales realiza gestiones y solicitudes directas a dicha Unidad, incorporando las sugerencias y aportaciones del alumnado con discapacidad.
- Programa de integración de personas con discapacidad en la Universidad de Valladolid. Con el fin de posibilitar el proceso de integración del alumnado con discapacidad en la UVa en todo el distrito universitario (Palencia, Segovia, Soria y Valladolid), el Secretariado de Asuntos Sociales de la UVa desarrolla los objetivos de facilitar la inclusión y mayor autonomía posible de los alumnos con discapacidad en el ámbito universitario, promoviendo el acceso de las personas con discapacidad a los recursos y servicios de la Universidad, y potenciar la sensibilización y solidaridad en los universitarios hacia las personas con discapacidad.
- Promoción de estudios e investigaciones relacionados con la discapacidad, en muy diversos ámbitos (ej.- empleo, salud, educación, medios de comunicación, autonomía, arquitectura, etc.).
- Inclusión de la dimensión de la discapacidad, directa o indirectamente, en los programas docentes de la UVa, de acuerdo con la normativa, desde la perspectiva del *diseño para todos*.

e Previsión de recursos humanos.

La carga docente del plan de estudios propuesto queda completamente asumida por la plantilla actual de profesorado de los departamentos implicados en la docencia de las actividades del plan de estudios propuesto. El coste económico del profesorado implicado al tratarse de la plantilla presupuestada en el capítulo I de la Universidad de Valladolid queda asumido por la misma.

Respecto a los criterios de asignación de la docencia, según normativa de la Universidad de Valladolid, corresponde a los departamentos aportar los recursos de personal docente con los que cuenta. Las obligaciones docentes que tenga asignadas, en vista de la fuerza docente que le corresponde, constituye su carga docente obligada, la cual será responsabilidad colectiva del departamento. El consejo de departamento ha de distribuir la carga docente entre el profesorado de acuerdo con el régimen de dedicación, el área de conocimiento de cada uno y el área de conocimiento que figura en el plan de estudios. A efectos de cubrir las necesidades docentes, se podrá considerar las áreas afines a cualquier área adscrita al Departamento.

La disponibilidad del personal de administración y servicios que tienen actualmente los centros donde se imparte la titulación y los departamentos vinculados a la docencia, recogida en la tabla 6.1, es suficiente y adecuada para el correcto funcionamiento.



7 Recursos materiales y servicios

7.1 Justificación de los medios materiales y servicios disponibles:

Los recursos materiales de que se dispone para la utilización en el Grado en Comercio son los propios de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales, así como los que la propia Universidad pueda disponer para el conjunto de sus usuarios.

En la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales se dispone de los siguientes recursos:

a) Aulas para la docencia. Se cuenta con un total de 17 aulas normales con capacidad entre 32 y 180 alumnos, todas con acceso a Internet y la mayoría con ordenador (CPU P4 3GHz, memoria 1GB, 160 GB disco duro), videoprojector y megafonía con micrófono inalámbrico. A continuación ofrecemos información detallada.

Nº de aula	Capacidad	Ordenador	Videoprojector	VCR	OTROS
Aula 01	120	Si	Si		megafonía
Aula 02	180	Si	Si		megafonía
Aula 03	120	No	No		
Aula 11	120	Si	Si		megafonía
Aula 12	180	Si	Si		megafonía
Aula 17	180	Si	Si		megafonía
Aula 18	120	Si	Si		megafonía
Aula 19	72	Si	Si		megafonía
Aula 13 : POLIVALENTE	32	Si	No		Equipo TV-Audio
Aula 14	64	Si	Si		megafonía
Aula 15	64	No	No		
Aula 16	66	No	No		
Aula 21	120	Si	Si		megafonía
Aula 22	180	Si	Si		megafonía
Aula 25	180	Si	Si	Si	megafonía
Aula 26	120	Si	Si	Si	megafonía
Aula 24	64	No	No		

La política de renovación de los equipos se realiza cada 4 años por término medio.

b) Aulas de informática. Dado que en el Grado en Comercio existen tres asignaturas del área de aplicaciones informáticas, se cuenta con aulas especialmente preparadas para su uso particular. El Centro cuenta con 2 operarios de Informática y Redes (grupo III) y con las siguientes aulas:

- **Aula Principal:**
 - 22 ordenadores: CPU C2D 2.33 Ghz; Memoria 1 Gb; 250Gb disco duro; monitor TFT 19"
 - Conexión a Internet en todos los ordenadores
 - Videoprojector fijo.
 - Acceso diversos servidores específicos para la docencia
- **Sala 1 Informática:**



- 20 ordenadores: CPU C2D 2.2 Ghz; Memoria 1 Gb; 250Gb disco duro; monitor CRT 17"
- Conexión a Internet en todos los ordenadores
- 3 impresoras
- Acceso diversos servidores específicos para la docencia

- **Sala 2 Informática:**
 - 20 ordenadores: CPU C2D 1.8 Ghz; Memoria 1 Gb; 127 Gb disco duro; monitor CRT 17"
 - Conexión a Internet en todos los ordenadores
 - Videoprojector fijo.
 - 2 impresoras
 - Acceso diversos servidores específicos para la docencia

- **Sala 3 Informática:**
 - 13 ordenadores: CPU K7 XP 1700+; Memoria 256 Mb; 40 Gb disco duro; monitor CRT 17"
 - Conexión a Internet en todos los ordenadores
 - Una impresora

La política de renovación de estos equipos se realizará cada 3 años de forma escalonada por cada aula.

c) Aulas de Idiomas. Las asignaturas de idiomas (inglés, francés y alemán) se ofrecen a los alumnos como elemento relevante y diferenciador de nuestro plan de estudios, para lo cual se usarán (inicialmente) dos aulas acondicionadas. La previsión del Centro es dotar más aulas con medios audiovisuales que faciliten el aprendizaje de los idiomas propuestos. Las condiciones de las actuales aulas son:

Nº de aula	Capacidad	Ordenador	Videoprojector	VCR	DVD	OTROS
Aula idiomas	30	Si	Si	Si	Si	CADENA+TV+SAT
Aula 23 (I2)	32	Si	Si	Si	Si	CADENA+TV

d) Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

- El Centro dispone de un proyector portátil dado que la mayoría de las aulas tienen uno fijo
- Projectores de transparencias
- Servidores dedicados a la enseñanza, que de igual forma serán adaptados para incluir información sobre el Grado. Existe un espacio web de la Escuela dedicado a proporcionar información de la misma donde se incluyen estas enseñanzas.
 - Información sobre la Diplomatura
 - Módulos y asignaturas
 - Calendario
 - Información sobre la continuación de los Estudios

Servidores propios de la Escuela dedicados al almacenamiento de archivos generados por diferentes asignaturas que utilizan soporte informático en su docencia, así como la realización de exámenes en asignaturas de informática, configurados con el nivel de seguridad necesario para su realización.

- Plataformas de aplicación a la docencia.

Plataforma de enseñanza en línea (Moodle) instalada en un servidor propio de la Escuela. Es accesible para todos los estudiantes oficiales y contribuye a reforzar la enseñanza presencial, así como para el aprendizaje autónomo del estudiante de Grado. De igual forma, permite disponer de medios de comunicación con dichos estudiantes, tal y como se viene haciendo ya para diversas asignaturas de la Diplomatura. (Actualmente hay más de 350 usuarios dados de alta en dicha plataforma).

- Proporcionar acceso bibliográfico sobre la materia
- Documentación y materiales
- Ejercicios y test de autoevaluación
- Evaluación de la asignatura por medio de tests y/o trabajos entregados en línea por el alumno
- Foros de debate
- Glosario de términos relacionados con la asignatura
- Sindicación de Blogs, Wikis y otras herramientas



e) Biblioteca. La Biblioteca de la E.U.E. Empresariales, además de ser una Biblioteca de Centro especializada en fondos de economía y empresa, forma parte del Servicio de Bibliotecas de la Universidad de Valladolid, por tanto los usuarios pueden acceder a todos los servicios que la Biblioteca Universitaria ofrece. Las características más relevantes son las siguientes:

- 871, 88 m² y 232 puestos de lectura
- 5 ordenadores personales para puestos de trabajo
- 10 ordenadores personales de uso público
- Recursos documentales (datos de 2007)
- 27.419 libros
- 590 títulos de publicaciones periódicas (actualmente se reciben 225 títulos), periódicos diarios (El País, ABC, El Norte de Castilla, El Mundo, El día de Valladolid, Expansión, Cinco Días, El Economista) así como las publicaciones oficiales: B.O.E y B. O. de Castilla y León (BOCyL).
- Además de la infraestructura de la propia Escuela, dispone de otros recursos documentales en línea accesibles para los usuarios de la comunidad universitaria. Entre estos recursos, de especial interés para en Centro, las bases de datos: ABI/INFORM: texto completo, Econlit, Amadeus, DSI's Campus Solution.

Servicios que ofrece la Biblioteca

- Acceso a los espacios y equipamientos, de lunes a viernes en horario interrumpido de 8 h. a 21:30 h.
- Acceso a la información.
 - Información general
 - Acceso al catálogo y a las bases de datos suscritas por la Universidad de Valladolid que contienen referencias bibliográficas y textos.
- Acceso al documento
 - Consulta en sala
 - Préstamo domiciliario
 - Préstamo interbibliotecario
 - Acceso a los recursos electrónicos disponibles
- Formación de usuarios.

Personal de que dispone el servicio de Biblioteca.

Personal Funcionario:

- Directora de Biblioteca (Bibliotecaria)
- Administrativo

Personal Laboral:

- 2 Oficiales de biblioteca
- 2 Técnicos Especialistas en Biblioteca

f) Salón de actos. Dispone de 2 videoproyectores fijos con sus respectivas pantallas, equipo multimedia y megafonía. Tiene una capacidad para 210 personas.

g) Despachos de dirección, profesorado y salas de reuniones.

ZONA DE DIRECCIÓN	Puntos de Red	Ordenadores	Impresoras	OTROS
Director	1	1		
Secretaria Director	1	1	1	1 fax 1 escáner 1 fotocopidora



Relaciones Internacionales	2	2	1	1 escáner
Secretaría Académica	1	1		1 equipo videoconferencia
Secretaría Administrativa	8	8	6	1 fotocopiadora

DEPARTAMENTOS PROFESORES	Puntos de Red por despacho	Ordenadores por despacho	Impresoras por despacho	OTROS
24 despachos dobles	2	2	2	
30 despachos individuales	1	1	1	
12 seminarios	2	2	2	Escáner Impresora

h) Otros. En el Centro existen, además, una serie de dependencias, que describimos a continuación.

- CONSERJERÍA. (Plantilla: 5 auxiliares de servicios)
- SERVICIO DE REPROGRAFÍA
- SALA DE REUNIONES
- SECRETARÍA ADMINISTRATIVA (Plantilla: 4 personas)
- CAFETERÍA
- SALÓN DE GRADOS
- SALA DE JUNTAS
- SALA DE ESTUDIO (capacidad para 344 personas)
- DELEGACIÓN DE ALUMNOS
- SEDE DEL CENTRO DE ESTUDIOS DE ASIA (C.E.A.).

El Centro de Estudios de Asia (CEA) es un centro de enseñanza, investigación y divulgación cultural sobre Asia Meridional y Oriental de la Universidad de Valladolid que tiene su sede en la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales.

Tiene una valiosísima biblioteca con más de 4.500 volúmenes, fundamentalmente de Asia Oriental (China, Corea y Japón), e India. Entre sus fondos, hay que destacar el material para la enseñanza de lenguas orientales que es muy completo y avanzado. Normalmente imparte cursos de chino, hindi y japonés en la Escuela, en colaboración con el Centro de Idiomas de la Universidad de Valladolid, la Fundación General de la Universidad de Valladolid, la Casa de la India y el Centro Cultural Chino. Además, organiza congresos nacionales e internacionales, ciclos de conferencias, seminarios, talleres etc. sobre culturas, economías y sociedades de Asia Meridional y Oriental.

Dispone de aulas, salas de reuniones y de trabajo administrativo donde se ubican los becarios del mismo y los lectores de lenguas orientales.

- ASOCIACIÓN CERTAMEN EMPRESARIO DEL AÑO. Cuenta con un despacho para la organización de los premios Empresario del Año de la Provincia de Valladolid.
- ERASMUS STUDENT NETWORK (ESN). Cuenta con un despacho.

Dotación de los centros para el desarrollo de las prácticas externas.

Como se describe en la presente memoria, el Prácticum del Grado se desarrolla en instituciones públicas y privadas, relacionadas con los objetivos y desarrollo competencial de la titulación. Estas instituciones ponen a disposición de la Universidad los centros dependientes de estas instituciones, y están dotadas de equipos de trabajo, infraestructuras y material que garanticen el desarrollo de unas prácticas formativas de calidad para los/las estudiantes de la titulación.

El siguiente cuadro, presenta el número de prácticas realizadas por la titulación en los últimos años académicos:



Número de prácticas realizadas por la titulación en los años académicos indicados.		420	204	216
			48,6%	51,4%
101 Organismos, instituciones y empresas que ha acogido alumnos de la titulación en los años indicados.		Años Académicos		
		"06/07"	"07/08"	
ADECCO TT SA EMPRESA DE TRABAJO TEMPORAL	3	0,7%	2	1
ALBORGIS	1	0,2%	1	
ALTA GESTION S.A. ETT	2	0,5%	1	1
ARGENTO ASESORES	1	0,2%	1	
ARLINGTON MARKETING CONSULTING SLNE	1	0,2%	1	
ASEDOSSA ASESORES, S.L.	1	0,2%	1	
ASERRADEROS DE CUÉLLAR, S.A.	1	0,2%	1	
ASESORIA FRANCISCO GUERRA SANCHEZ	1	0,2%	1	
ATLAS SERVICIOS EMPRESARIALES	1	0,2%		1
AUTOESCUELA TOIS	1	0,2%	1	
AYUNTAMIENTO CABEZON	2	0,5%		2
AYUNTAMIENTO DE MEDINA DEL CAMPO	2	0,5%		2
AYUNTAMIENTO DE ROA	1	0,2%	1	
AYUNTAMIENTO DE VALLADOLID CENTRO DE FORMACION	2	0,5%		2
BANCO CAIXA GERAL, S.A.	2	0,5%		2
BANCO GUIPUZCOANO, S.A.	1	0,2%		1
BANKINTER SA	5	1,2%	2	3
BICOLAN ETT,S.A.	1	0,2%	1	
BOLADO CONSUTORES SA	1	0,2%		1
BRICORAMA MEDITERRANÉE	2	0,5%		2
CAJA DE AHOROS DE SALAMANCA Y SORIA(CAJA DUERO)	100	23,8%	47	53
CAJA DE BURGOS	31	7,4%	16	15
CAJA ESPAÑA DE INVERSIONES, C.A.M.P.	38	9,0%	9	29
CAJA GUIPÚZCOA SAN SEBASTIAN (KUTXA)	3	0,7%	3	
CAJA LABORAL	15	3,6%	3	12
CAJA MADRID	4	1,0%	1	3
CAJA RURAL DE NAVARRA	1	0,2%		1
CAJA RURAL DEL DUERO	49	11,7%	42	7
CAJA SEGOVIA	12	2,9%	3	9
CAJACIRCULO	1	0,2%	1	
CAJAMAR CAJA RURAL	28	6,7%		28
CARPINTERÍA-DECORACIÓN BARRANCO S.L.	1	0,2%		1
CASTELLANO LEONESA DE URBANISMO SA	2	0,5%	1	1
CB & ASOCIADOS, AUDITORES DE CUENTAS,S.L	2	0,5%	1	1
CENTRO CULTURAL CHINO	1	0,2%	1	
CENTRO HOSPITALARIO BENITO MENNI	1	0,2%		1
CITIBANK	1	0,2%		1
CLINER, S.A.	2	0,5%	1	1
CLUB HIPICO CEMAR	1	0,2%	1	
CONTAFIX PALENCIA	1	0,2%		1
CORPORACIÓN CASERSA GRUPO NORTE	1	0,2%		1
DENBOLAN ETT	4	1,0%	3	1
DEUTSCHE BANK S.A.E	3	0,7%	3	
DOCTE CONSULTORES, S.L.	1	0,2%	1	
EDITORIAL SPICA SIGLO XXI SLU	3	0,7%	1	2
EROSKI VALLADOLID	1	0,2%	1	
ESCUA ESPACIOS CULTURALES S.L.	1	0,2%	1	
EUROPCAR IB, S.A.	1	0,2%	1	
EVENTO, ORGANIZACIÓN DE SERVICIOS PLENOS, S.L.	2	0,5%	2	
FERROVIAL AGROMAN	2	0,5%	2	
FGV GABINETE EMPRESARIAL,S.L.	1	0,2%		1
FREMAP DELEGACION DE SORIA	2	0,5%	1	1
FUDACION GENERAL DE LA UNIVERSIDAD-IOBA	1	0,2%		1
FUNDACIÓN SORIALACTIVA	2	0,5%	1	1
GALLETAS GULLON, S.A.	1	0,2%	1	
GALLETAS SIRO S.A.	1	0,2%		1
GESTIONA CONSULTORA DE EMPRESAS, S.L.	1	0,2%	1	
GESTORIA CONCEJO ALFARO	1	0,2%	1	
HEREDEROS DE LUIS TREMIÑO VALENCIANO	1	0,2%	1	
IBERCAJA	6	1,4%	5	1
IND. JOSE LUIS BLANCO	1	0,2%		1
INMEVASL	1	0,2%	1	
INTEGRAL ARANDA ASESORIA, S.L.	1	0,2%	1	
INVESTIGACION Y CONTROL DE CALIDAD, S.A. (INCOSA)	1	0,2%	1	
ISEND	1	0,2%	1	
LA COLECCIÓN, D.C.E, S.L	1	0,2%		1
LAGUN ARO SEGUROS	1	0,2%	1	
LAP SERVICES FOR TELECOM SL	1	0,2%	1	
LUVAL S.L.	1	0,2%		1
MAPFRE EMPRESAS	1	0,2%	1	
MCV CONSULTING NETWORK TEAM S.L.	1	0,2%	1	
MICHELIN ESPAÑA PORTUGAL	4	1,0%	3	1
NORTEMPO S.L	1	0,2%	1	
PLASTICOS RECA	1	0,2%	1	
PROFESSIONAL STAFF	1	0,2%		1



R. NIÑO COSTRUCCIONES S.L.	1	0,2%		1
REACCIONA, S.A.	3	0,7%	2	1
RENAULT ESPAÑA, S.A. RRR.HH.	2	0,5%	2	
RENAULT ESPAÑA, S.A. DIREC. CENTRALES	1	0,2%		1
RENAULT ESPAÑA, S.A. EMPLEO Y RRHH	3	0,7%	1	2
RENAULT ESPAÑA, S.A. MOTORES	3	0,7%		3
ROSMATARI	1	0,2%	1	
SAN MIGUEL ASESORES	2	0,5%	1	1
SANTANDER, S.A.	3	0,7%		3
SEIS SOLUCIONES	1	0,2%		1
SENSTRONIC ESPAGNE S.L.	1	0,2%	1	
SEYA S.L.	4	1,0%	3	1
SOGECABLE	1	0,2%	1	
SOLIS Y FUENTES, S.L.	1	0,2%	1	
SORIA ASESORES SL	1	0,2%	1	
SORIADIS S.L.	1	0,2%		1
SUMINISTROS INDUSTRIALES VALLADOLID, S.L.	1	0,2%		1
TANDEN REMONTA, S.L.	1	0,2%	1	
TELECYL	1	0,2%		1
TELESTANT SA	1	0,2%	1	
TORRE DE LOS RIOS CONSULTORES, S.L.	1	0,2%	1	
UNION DE CAMPESINOS-COAG-VA	1	0,2%	1	
URENDE S.A.	1	0,2%	1	
VEDIOR-LABORMAN, ETT, S.A.	2	0,5%		2
VINOPOLIS, S.L.	1	0,2%	1	
VIVEROS CANAL DE CASTILLA SL	1	0,2%	1	

Los organismos, instituciones y empresas, con los que la Universidad de Valladolid ha firmado convenio de colaboración para realizar prácticas en empresas, y donde los que alumnos de esta titulación desarrollan las mismas, son organismos que cumplen los siguientes requisitos:

- Que dispongan de los medios materiales y de recursos humanos suficientes para el desarrollo de las competencias descritas en la titulación.
- Que dispongan de un tutor de empresa que guía y apoye al alumno en prácticas dentro de la organización.
- Que cumpla el plan de formación en práctica descrito en los convenios específicos para la realización de cada una de las prácticas concretas.
- Que facilite el trabajo del tutor académico que supervisara el cumplimiento del programa de prácticas y el desarrollo de las competencias descritas.
- Que asuma y supere favorablemente el sistema de garantía de calidad de las prácticas externas descrito en el propio Sistema de Garantía de Calidad de las Titulaciones.

Por tanto, todas y cada una de los organismos firmantes de convenios de prácticas con la Universidad de Valladolid están sometidos al control establecido y ponen a su disposición los recursos materiales y humanos necesarios para el desarrollo adecuado de los planes de prácticas establecidos.

c Justificación de que los medios descritos cumplen los criterios de accesibilidad.

La Universidad de Valladolid, a través de la Unidad Técnica de Arquitectura, desarrolla las medidas de accesibilidad que aplica a los edificios universitarios en cumplimiento de la normativa vigente. El programa del Secretariado de Asuntos Sociales colabora en la superación de barreras arquitectónicas y de comunicación en los edificios universitarios, realizando gestiones y solicitudes directas a dicha Unidad que incorporan las sugerencias y aportaciones del alumnado con discapacidad.



d **Justificación de los mecanismos de mantenimiento, revisión y óptimo funcionamiento de los medios.**

La Universidad de Valladolid tiene suscritos, a través de los correspondientes concursos de adjudicación de servicios, el mantenimiento de los edificios universitarios, por parte de las empresas adjudicatarias. Estos contratos garantizan el mantenimiento de obra, instalaciones eléctricas, de clima y de tipo informático, de acuerdo con los procedimientos y protocolos establecidos en las mismas bases del concurso.

Tanto los servicios de mantenimiento y técnicos especializados de la Universidad de Valladolid como los servicios de protección de riesgos laborales, realizan con la periodicidad adecuada, los controles de aplicación y ejecución de los citados contratos, a fin de garantizar el buen estado de conservación de los edificios e instalaciones de los mismos y la buena marcha de la vida universitaria en los mismos.

De esta forma, la Universidad de Valladolid garantiza el adecuado funcionamiento de las siguientes infraestructuras:

- Equipamiento informático y multimedia, a través del Servicio de Telecomunicación e Informática, servicio interno de la Universidad.
- Instalaciones de redes y comunicación, a través del Servicio de Telecomunicación e Informática, servicio interno de la Universidad.
- Instalaciones de software y sistemas, a través del Servicio de Telecomunicación e Informática, servicio interno de la Universidad.
- Instalaciones físicas, edificios e instalaciones, a través del Servicio de Mantenimiento, servicio interno de la Universidad.
- Instalaciones y servicios como electricidad, agua, calefacción, aire acondicionado,... a través del Servicio de Mantenimiento, servicio interno de la Universidad.
- Diseño y ejecución de obras nuevas, a través del Servicio de Arquitectura, servicio interno de la Universidad.

De tal forma, las solicitudes, peticiones y reclamaciones relacionadas, son atendidas en el tiempo y forma establecidos por los distintos protocolos de atención a usuarios y averías.

Igualmente, los mismos servicios, ya sea ellos mismos, o bien a través de servicios oficiales de los proveedores, desarrollan los planes de revisión y mantenimiento de cada tipo de instalación tal y como viene determinado por el proveedor o por la legislación vigente.

7.2 Previsión de adquisición de los mismos en el caso de no disponer de ellos en la actualidad.

La Universidad de Valladolid dispone del equipamiento material suficiente y adecuado para la impartición de la formación de su responsabilidad.

En su defecto el sistema de previsión, petición y compra de equipamiento, así como el plan directriz de edificación, establecen los planes de compra y adecuación que permitan cubrir las necesidades que se detecten.



8 Resultados previstos

8.1 Estimación de valores cuantitativos para los indicadores que se relacionan a continuación y la justificación de dichas estimaciones.

a Tasa de graduación: 60,00

Porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios (d) o en año académico más (d+1) en relación con su cohorte de entrada.

Forma de cálculo:

El denominador es el número total de estudiantes que se matricularon por primera vez en una enseñanza en un año académico (c). El numerador es el número total de estudiantes de los contabilizados en el denominador, que han finalizado sus estudios en el tiempo previsto (d) o en un año académico más (d+1).

$$\frac{\text{Graduados en "d" o en "d+1" (de los matriculados en "c")}}{\text{Total de estudiantes matriculados en un curso "c"}} \times 100$$

b Tasa de abandono: 12,00

Relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron obtener el título el año académico anterior y que no se han matriculado en ni en ese año académico ni en el anterior.

Forma de cálculo:

Sobre una determinada cohorte de estudiantes de nuevo ingreso establecer el total de estudiantes que sin finalizar sus estudios se estima que no estarán matriculados en la titulación ni en el año académico que debieran finalizarlos de acuerdo al plan de estudios (t) ni en el año académico siguiente (t+1), es decir, dos años seguidos, el de finalización teórica de los estudios y el siguiente.

$$\frac{\text{Nº de alumnos no matriculados en los dos últimos cursos X y X-1}}{\text{Nº alumnos de nuevo ingreso en el curso X-n+1}} \times 100$$

Siendo n: duración oficial del plan de estudios.

Siendo X el primer año del bienio del último curso académico según su duración oficial del plan de estudios.

c Tasa de eficiencia: 90,00

Relación porcentual entre el número total de créditos teóricos del plan de estudios a los que debieron haberse matriculado a lo largo de sus estudios el conjunto de estudiantes graduados en un determinado curso académico y el número total de créditos en los que realmente han tenido que matricularse.

Forma de cálculo:

El número total de créditos teóricos se obtiene a partir del número de créditos ECTS del plan de estudios multiplicado por el número de graduados. Dicho número se divide por el total de créditos de los que realmente se han matriculado los graduados.

$$\frac{\text{Créditos teóricos del plan de estudios * Número de graduados}}{\text{(Total créditos realmente matriculados por los graduados)}} \times 100$$

a) Describe y justifica las tasas establecidas.

Valores cuantitativos estimados para los indicadores y su justificación.

Los datos de los últimos años, en relación con la titulación a la que sustituye este grado – Diplomatura en Ciencias Empresariales – son los siguientes⁴:

	Matriculados	Nuevos	Graduados
1998-1999	2.189	459	341
1999-2000	2.203	475	327
2000-2001	2.174	474	306
2001-2002	2.170	476	360
2002-2003	2.118	431	310
2003-2004	2.064	412	315
2004-2005	1.936	393	304
2005-2006	1.821	357	267
2006-2007	1.729	348	276

⁴ Datos obtenidos directamente por la Secretaría Administrativa de la E. U. Estudios Empresariales.



2007-2008	1.663	371	240
-----------	-------	-----	-----

Aunque se observa una tendencia decreciente en el número total de alumnos, la cifra resulta muy elevada, pudiendo afirmarse que es la titulación más demandada y con mayor número de alumnos de toda la Universidad de Valladolid. El número de nuevos alumnos también ha descendido paulatinamente, pero se mantiene en unas cifras bastante altas. Hemos de valorar estos datos de forma positiva, (aceptación), pero a la vez está condicionando los resultados que presentaremos más adelante, dado que este elevado número de alumnos no se ha correspondido de igual modo con la plantilla docente del Centro. El número de profesores se estabilizó hace años en torno a unos 70 docentes lo que ha proporcionado año tras año una ratio alumnos/profesor superior al doble de la propia Universidad (22 frente a 10). Así, el número de alumnos por grupo de clase supera en muchos casos los 120, lo que conduce inevitablemente a resultados un tanto insatisfactorios.

Las tasas de graduación, abandono y eficiencia calculadas para la Diplomatura en Ciencias Empresariales⁵ son las siguientes:

Tasa de graduación:

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
36,12	35,01	30,81	29,73	31,62	32,59	34,73	38,81	31,88	32,10	36,14

A pesar de la masificación ya comentada, podemos observar una ligera tendencia positiva, cifra que es más aceptable si se tiene en cuenta que muchos de nuestros alumnos encuentran trabajo antes de terminar sus estudios, por lo que prolongan la finalización de los mismos.

Tasa de abandono:

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
22,14	27,39	29,86	24,04	23,65	25,56	23,81	18,06	22,32	24,07	21,20

Esta tasa es un tanto desfavorable, pero si se tiene en cuenta los últimos datos de investigaciones sobre la Universidad española en los que se llega a afirmar que un tercio de los alumnos no terminan sus estudios, podemos hacer una valoración menos pesimista. Además, en los últimos años se observa un menor índice de abandono.

Entre las causas de este abandono se pueden encontrar una baja preparación de los alumnos que inician los estudios, así como la elección de la carrera basada en datos no vocacionales - muchos alumnos la escogen porque creen que les va a resultar más sencillo -.

Tasa de eficiencia:

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
73,9	71,6	70,9	70,9	69,7	70,4	67,5

Estos datos vuelven a mostrar una situación un tanto desfavorable, aunque hemos de considerar que existen circunstancias que pueden mitigar esta percepción. En primer lugar, la ya mencionada facilidad para conseguir un empleo en el periodo de estudios ralentiza su finalización. También se ha observado que hay una carencia cada vez mayor de habilidades propias del estudio (metodología de lectura, concentración en clase, elaboración de apuntes, etc.) que se traduce en mayores dificultades para superar determinadas asignaturas.

TENDENCIA PREVISTA EN EL NUEVO GRADO EN COMERCIO

La previsión respecto del nuevo título nos hace ser optimistas por distintas y variadas razones. La primera de ellas, que el número de alumnos de nuevo ingreso se limita a 3 grupos de 60 (180 en total), cifra bastante inferior a la actual, lo que llevará a trabajar de forma más directa y poder prestar mayor dedicación individual. A esto hay que añadir la modificación del sistema docente previsto con la entrada en vigor de los nuevos

⁵ Estos datos han sido proporcionados por los servicios centrales de la Universidad de Valladolid.



créditos ECTS de enseñanza-aprendizaje. No se va a realizar ningún proceso de selección de alumnos: la propia limitación en el número de alumnos admitidos realizará implícitamente dicha selección. Esperamos que esta nueva situación conlleve tasas de abandono mucho más pequeñas y de igual modo, la eficiencia podrá aumentar al trabajar con una ratio alumnos/profesor mucho más adecuada.

En un intento de establecer algún tipo de previsión numérica proponemos las siguientes tasas:

Tasa de graduación:

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
			50,00	55,00	60,00	60,00

Tasa de abandono:

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
			5,00	10,00	12,00	12,00

Tasa de eficiencia:

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
			80,00	82,00	85,00	90,00



8.2 Procedimiento general de la Universidad para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes

La permanente preocupación por mejorar la calidad y equidad de la educación ha llevado a la Universidad de Valladolid a pensar en nuevas formas de apoyo al trabajo pedagógico de docentes en la perspectiva de promover el mejoramiento de los aprendizajes del alumnado.

En este esfuerzo la Universidad de Valladolid ha decidido fortalecer aquellos aspectos de la implementación curricular que se relacionan con la recolección de evidencia sobre el aprendizaje de los estudiantes, entendiendo que una pedagogía más efectiva se nutre de la información que se tiene sobre el nivel de aprendizaje del alumnado.

En esta línea se proponen unos criterios que la Universidad de Valladolid tomará como referente para definir, elaborar e implantar un procedimiento para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes.

Los criterios se plantean a dos niveles. Un primer nivel de análisis cuya misión sería valorar el progreso académico de los alumnos desde una perspectiva global y en el seno del curso académico a través del análisis de resultados. En este sentido la Universidad de Valladolid esta diseñando el proceso de análisis de resultados de formación dentro del Modelo interno de aseguramiento de la Calidad Docente, en el cual se definen los objetivos del proceso, las fases, los agentes implicados y los indicadores que se analizarán.

Se promueva así el análisis transversal y global que requiere un modelo docente centrado en el alumno y definido en clave de competencias; los responsables de velar por este proceso, está compuesto por el equipo docente del curso, tutores académicos y coordinador de curso y e la titulación, alumnos y PAS vinculado al proceso de gestión de la planificación docente.

Un segundo nivel de análisis, cuya misión sería evaluar la adecuación de la titulación a la demanda profesional y científica de la sociedad.

Los responsables de esta acción serían, el equipo docente, tutores, PAS, alumnos y asesores/tutores externos de la titulación.

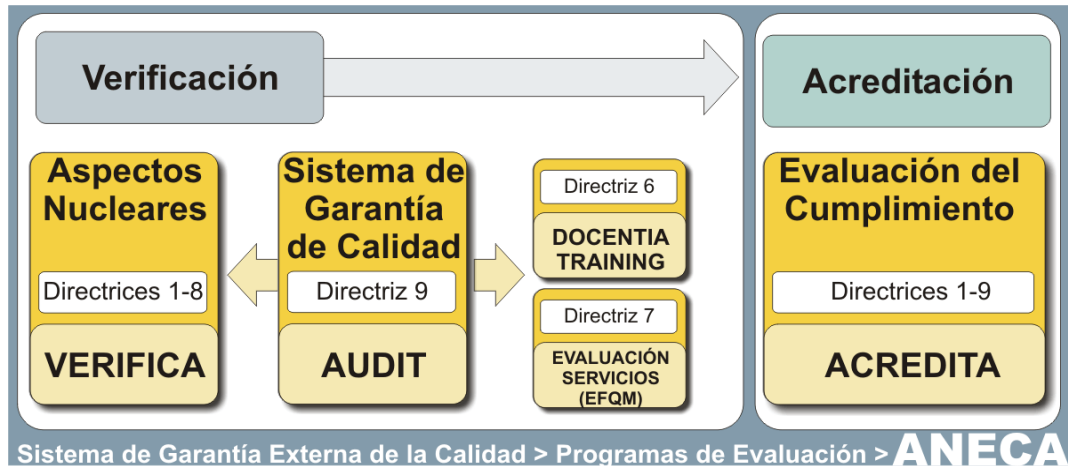
Debe destacarse la importancia de los tutores de prácticas externas y los docentes implicados en el acompañamiento de los trabajos Fin de Grado y de las Prácticas Externas. Dado el aspecto profesionalizador, ambos se convierten en informantes claves para conferir sentido a la definición del Perfil y Competencias de la titulación, y a mantener actualizado el programa y la oferta de materias acorde con las necesidades sociales, profesionales y científicas.

Todo ello, apoyado, en lo que hace referencia a constatar la evidencia y resultados prácticos, por el sistema de garantía de calidad de las titulaciones, donde se definen los mecanismo de recogida de información y constatación de resultados más allá del rendimiento académico.

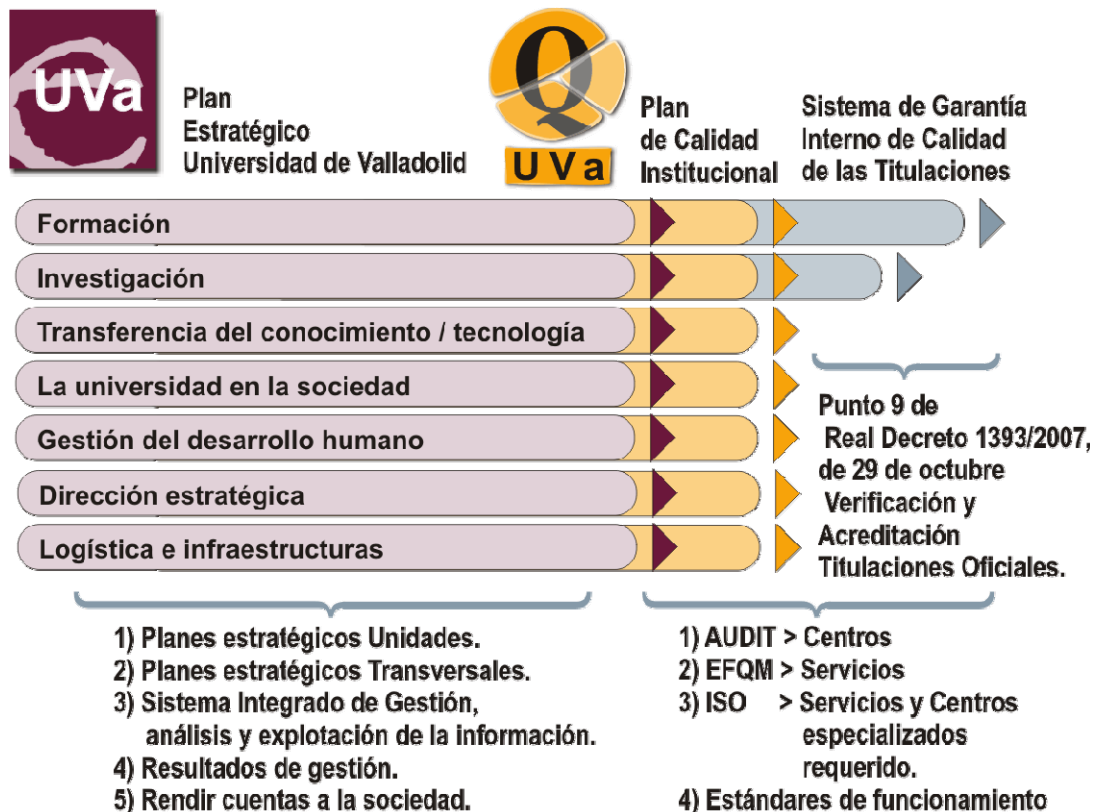
9 Sistema de garantía de la calidad

El sistema de acreditación de las titulaciones a través del sistema externo desarrollado por la ANECA, tiene en sus dos fases, verificación y acreditación, distintos programas que permiten garantizar la calidad y adecuación de las titulaciones oficiales que se desarrollan en el territorio español.

Estos programas están descritos en el siguiente cuadro:

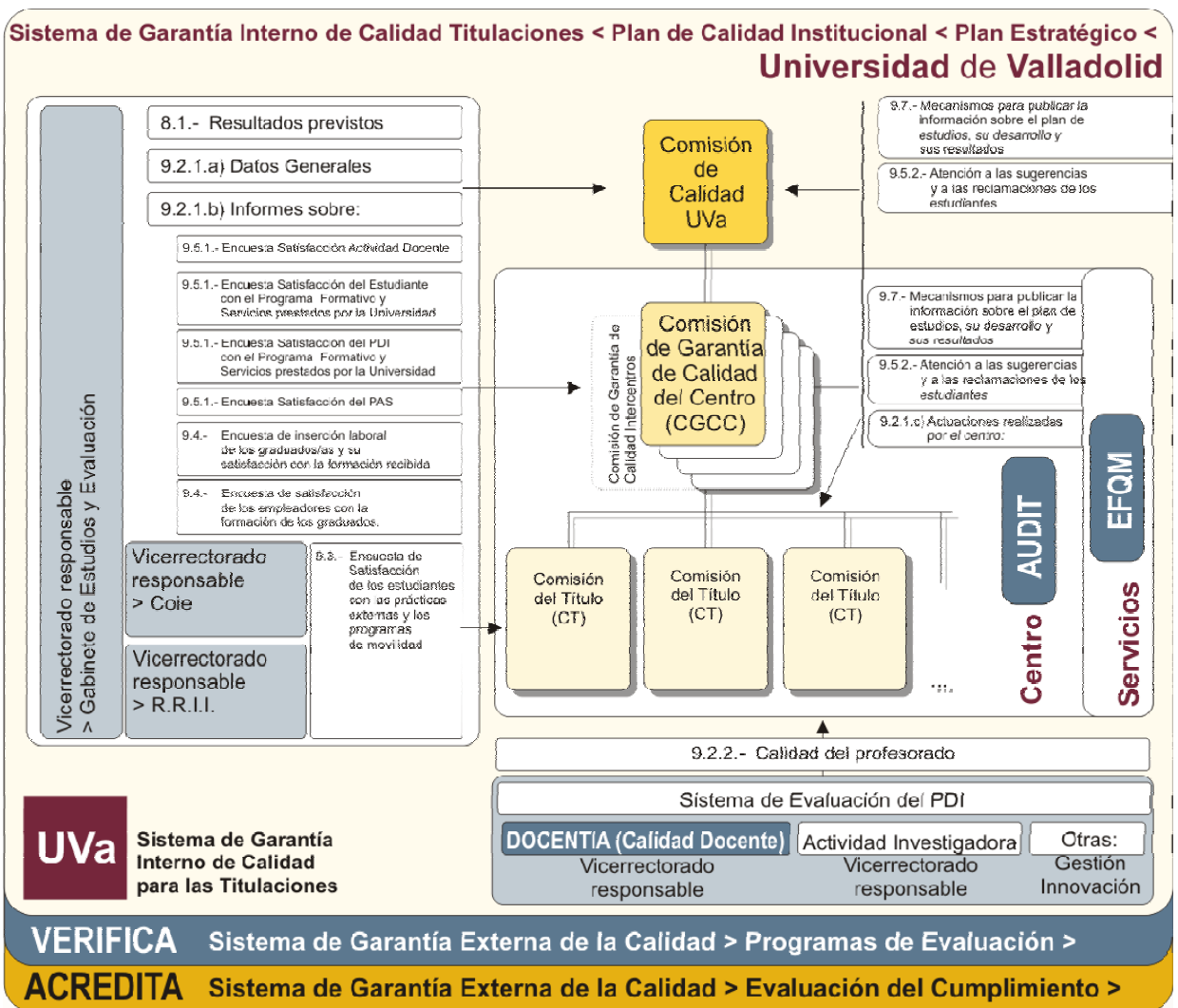


La Universidad de Valladolid, con el objeto de responder a la garantía de calidad obligatoria, así como al proceso de verificación y acreditación de sus titulaciones oficiales, ha incluido, en la misión, visión y objetivos del Plan Estratégico los mecanismos operativos que permiten su consecución.



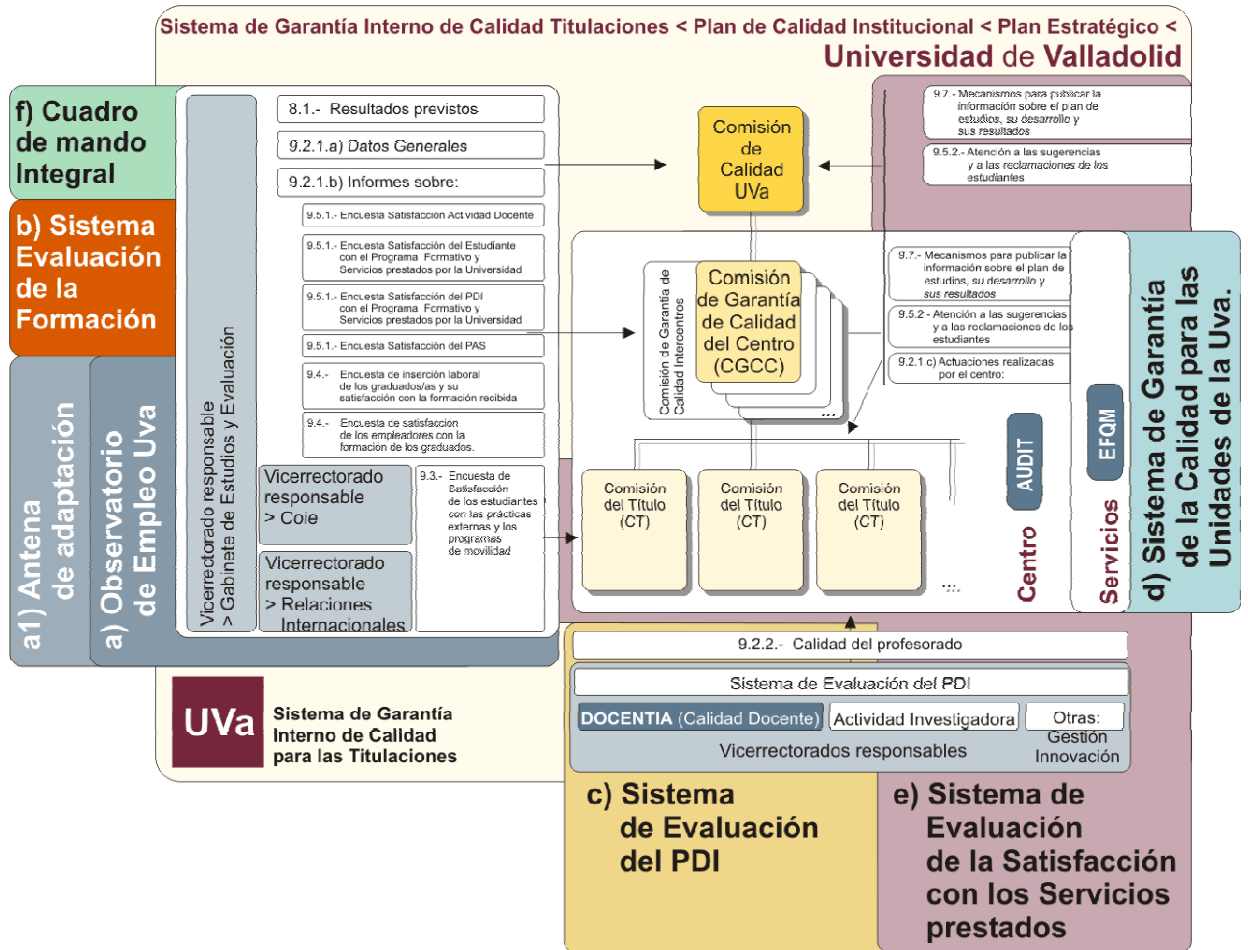
El Plan Estratégico de la Universidad de Valladolid establece entre sus acciones el desarrollo del Plan de Calidad Institucional, que facilita con herramientas concretas y comisiones específicas, el Sistema de Garantía Interno de Calidad de nuestras titulaciones.

Este sistema de Garantía de Calidad Interno de la Universidad de Valladolid descrito de manera general en el siguiente esquema, a partir de los apartados tratados en este punto, permite establecer las conexiones con los distintos programas de la ANECA facilitando la verificación y acreditación de los títulos oficiales de nuestra Universidad.



De igual forma, especificamos los distintos subsistemas que componen el Sistema de Garantía Interno de Calidad, que dan como resultado el esquema de ítems establecidos. Dichos subsistemas facilitan mecanismos e información que garantizan la calidad esperada en títulos y servicios, y la participación de todos los agentes implicados.

Cada uno de estos subsistemas, permite el análisis de la evolución de los objetivos, competencias y requisitos de nuestras titulaciones y la detección de desviaciones y tendencias, facilitando; la definición de medidas de corrección, toma de decisiones y políticas de futuro sobre los programas formativos a los que aplicamos este sistema de calidad, así como de los servicios relacionados y necesarios para la puesta en práctica de dichas titulaciones.



	a1) Antena de Adaptación	a) Observatorio de Empleo	b) Sistema de Evaluación de la Formación	c) Sistema de Evaluación del PDI	d) Sistema de Garantía de la Calidad de las Unidades de la Uva	e) Sistema de Evaluación de la Satisfacción con los Servicios prestados	f) Cuadro de Mando Integral y Sistema de Gestión de Planes Estratégicos.
8.1.- Resultados previstos							✓
9.2.1.a) Datos Generales	✓						✓
9.2.1.c) Actuaciones realizadas ...					✓	✓	
9.2.2.- Calidad del profesorado			✓	✓			
9.3.- Encuesta de Satisfacción de los estudiantes con las prácticas externas y los programas de movilidad		✓				✓	
9.4.- Encuesta de inserción laboral de los graduados/as y su satisfacción con la formación recibida		✓					
9.4.- Encuesta de satisfacción de los empleadores con la formación de los graduados.		✓					
9.5.1.- Satisfacción Actividad Docente.			✓				



	a1) Antena de Adaptación	a) Observatorio de Empleo	b) Sistema de Evaluación de la Formación	c) Sistema de Evaluación del PDI	d) Sistema de Garantía de la Calidad de las Unidades de la UVa	e) Sistema de Evaluación de la Satisfacción con los Servicios prestados	f) Cuadro de Mando Integral y Sistema de Gestión de Planes Estratégicos.
9.5.1.- Encuesta Satisfacción del Estudiante con el Programa Formativo y Servicios prestados por la Universidad			✓		✓	✓	
9.5.1.- Encuesta Satisfacción del PDI con el Programa Formativo y Servicios prestados por la Universidad			✓			✓	
9.5.1.- Encuesta Satisfacción del PAS			✓		✓	✓	
9.5.2.- Atención a las sugerencias y a las reclamaciones de los estudiantes					✓	✓	
9.7.- Mecanismos para publicar la información sobre el plan de estudios, su desarrollo y sus resultados					✓		



Cuadro de sistemas que desarrollan el Sistema de Garantía de Calidad de la UVA			Procedimientos.													
Usuarios: Es: Estudiantes. Tit: Titulados. Pdi: Profesor. Co.: Coordinador. Cen. Responsable de centro. Dpt.: Responsable de departamento. Tds.: Todos. UVA. Sistemas de información de la UVA. Usu.: Usuarios del servicio prestado o asistentes a una actividad.			Evaluación y mejora de la enseñanza	Evaluación y mejora del profesorado	Garantía de la calidad de las prácticas externas	Garantía de la calidad de los programas de movilidad	Análisis de la inserción laboral de los egresados	Conocer la satisfacción de los egresados con la formación recibida	Satisfacción de los estudiantes, excluido el programa formativo	Conocer la satisfacción del PAS	Conocer la satisfacción del PDI	Conocer la satisfacción de los empleadores	Conocer la satisfacción de la sociedad en general	Atención a las sugerencias o reclamaciones	Extinción de un título y garantía de los derechos de los estudiantes	Difusión
			1)	2)	3)	4)	5)	6)	7)	8)	9)	10)	11)	12)	13)	14)
1) Evaluación de la Formación de Grado.																
1.1	▶ Encuesta Docente. (Asignaturas)	Es	✓	✓				✓	✓							
1.2	▶ Satisfacción con la formación impartida.	Pdi	✓								✓			✓		✓
1.3	▶ Guión reunión de grupo de interés.	Tds	✓								✓			✓		✓
2) Evaluación de la Formación de Master.																
2.1	▶ Evaluación de la asignatura.	Es	✓	✓										✓		
2.2	▶ Evaluación del master.	Es	✓											✓		✓
2.3	▶ Satisfacción con la asignatura impartida.	Pdi	✓								✓			✓		
2.4	▶ Satisfacción con el master.	Pdi	✓								✓			✓		✓
2.5	▶ Satisfacción con el master.	Co.	✓											✓		✓
2.6	▶ Guión reunión de grupo de interés.	Tds	✓								✓			✓		✓
3) Docencia.																
3.1	▶ Autoinforme.	Pdi		✓							✓					
3.2	▶ Evaluación del responsable de Centro	Cen		✓												
3.3	▶ Evaluación del responsable de Depar.	Dpt		✓												
3.4	▶ Información sistemas UVA.	UVA														
4) Observatorio de Empleo.																
4.1	▶ Seguimiento Egresados 1º año.	Tit					✓	✓	✓					✓		✓
4.2	▶ Seguimiento Egresados 3º año.	Tit					✓	✓	✓					✓		✓
4.3	▶ Evaluación y Análisis Empleadores UVA.	Emp									✓	✓	✓	✓		✓
4.4	▶ Análisis necesidades Empleadores Gen.	Emp									✓	✓	✓	✓		✓
4.5	▶ Análisis necesidades Empleadores Sect.	Emp									✓	✓	✓	✓		✓
4.6	▶ Guión reunión grupos de interés.	Emp					✓	✓			✓	✓	✓	✓		✓
4.7	▶ Expectativas profesionales.	Es	✓				✓	✓	✓					✓		✓
5) Prácticas externas.																
5.1	▶ Evaluación estudiante intermedio.	Es			✓									✓		✓
5.2	▶ Evaluación Tutor Académico intermedio.	Pdi			✓						✓			✓		✓
5.3	▶ Evaluación Tutor Laboral intermedio.	Emp			✓							✓		✓		✓
5.4	▶ Evaluación estudiante Final.	Es			✓									✓		✓
5.5	▶ Evaluación Tutor Académico Final.	Pdi			✓						✓			✓		✓
5.6	▶ Evaluación Tutor Laboral Final.	Emp			✓							✓	✓	✓		✓
5.7	▶ Evaluación Responsables Centro.	Cen			✓									✓		✓
5.8	▶ Evaluación estudiante 1º año.	Es			✓		✓							✓		✓
6) Movilidad Internacional.																
6.1	▶ Evaluación estudiante intermedio.	Es				✓								✓		✓
6.2	▶ Evaluación Tutor Académico intermedio.	Pdi				✓					✓			✓		✓
6.3	▶ Evaluación estudiante Final.	Es				✓								✓		✓
6.4	▶ Evaluación Tutor Académico Final.	Pdi				✓					✓			✓		✓
6.5	▶ Evaluación Responsables Centro.	Cen				✓								✓		✓
6.6	▶ Evaluación estudiante 1º año.	Es				✓								✓		✓
7) Movilidad Nacional.																
7.1	▶ Evaluación estudiante intermedio.	Es				✓								✓		✓
7.2	▶ Evaluación Tutor Académico intermedio.	Pdi				✓					✓			✓		✓
7.3	▶ Evaluación estudiante Final.	Es				✓								✓		✓
7.4	▶ Evaluación Tutor Académico Final.	Pdi				✓					✓			✓		✓
7.5	▶ Evaluación Responsables Centro.	Cen				✓								✓		✓
7.6	▶ Evaluación estudiante 1º año.	Es				✓								✓		✓
8) Satisfacción resultados y Clima laboral.																
8.1	▶ Del Pas.	Pas									✓			✓		✓
8.2	▶ Del Pdi	Pdi									✓			✓		✓
8.3	▶ Guión reunión grupos de interés	Pdi									✓			✓		✓
9) Satisfacción con los servicios prestados.																
9.1	▶ Satisfacción con los servicios prestados.	Usu							✓	✓	✓		✓	✓		✓
9.2	▶ Satisfacción con la actividad realizada.	Usu							✓	✓	✓		✓	✓		✓
10) La UVA y su entorno.																
10.1	▶ Estudio de impacto social de la UVA.	Usu											✓			✓
10.2	▶ Guión reunión grupos de interés.	Pdi											✓			✓
11) Sugerencias y reclamaciones.																
11.1	▶ Gestión de sugerencias y reclamaciones.	Usu	✓	✓	✓	✓				✓	✓	✓		✓	✓	✓



9.1.- Agentes implicados, responsabilidades y medios.

9.1.1.- Responsables del sistema de garantía de la calidad del plan de estudios

En la Universidad de Valladolid se constituye la **Comisión de Calidad de la UVa**, nombrada por el Consejo de Gobierno y cuya composición y competencias se relacionan a continuación:

a) Composición:

- Presidente: Rector o persona en quien delegue.
- Vicerrectores competentes en materia de Planificación Estratégica, Ordenación Académica, Profesorado, Estudiantes, Empleo, Empresa y Relaciones Internacionales.
- Gerente.
- 5 profesores (1 por cada una de las 5 grandes ramas de conocimiento a las que hace referencia el Anexo II del citado Real Decreto). Los citados profesores deberán acreditar una trayectoria docente, investigadora y de gestión.
- Presidente de la Junta de Personal Docente e Investigador.
- Presidente de la Junta de Personal de Administración y Servicios.
- Presidente del Comité de Empresa del PAS laboral
- Presidente del Comité Intercentros del PDI laboral (hasta su constitución, persona elegida entre los presidentes de los comités de empresa y delegados sindicales)
- 1 estudiante con al menos el 50% de los créditos troncales y obligatorios aprobados y 1 egresado no matriculado en la Universidad de Valladolid, designados por el Consejo de Gobierno.

b) Competencias:

- Coordinar las comisiones de calidad de nivel de centro.
- Establecer, junto al Gabinete de Estudios y Evaluación, como Unidad Técnica de Calidad, los estándares y procedimientos de Calidad, en coordinación con los Vicerrectorados correspondientes y en línea con los estándares establecidos por organismos de calidad en materia de Universidades, resto de Universidades e Instituciones Públicas.
- Conocer los resultados de los informes generados por el Sistema de Garantía de Calidad.
- Seguir el cumplimiento de los planes anuales de mejora de las titulaciones.
- Seguir el cumplimiento de los planes anuales de mejora de los centros.
- Revisar el Sistema de Garantía Interno de Calidad en su conjunto.
- Proponer mejoras de carácter general sobre los servicios prestados.



- Proponer mejoras al Sistema de Garantía Interno de Calidad.
- Cualquier otra en materia de calidad no prevista para otros órganos.

Para desarrollar el Sistema de Garantía Interno de Calidad, en cada Centro de la Universidad de Valladolid, se constituye la **Comisión de Garantía de Calidad del Centro (CGCC)**, nombrada por la Junta de Centro, con la siguiente composición y competencias:

a) Composición: Al menos formado por:

- El Decano o Director.
- Los coordinadores de los títulos que se imparten en el centro.
- 2 estudiantes con al menos el 50% de los créditos troncales y obligatorios aprobados designados por la Junta de Centro.
- Un miembro del personal de administración y servicios.
- Una representación de departamentos con docencia en los títulos del centro cuyo número y estructura será determinado por el centro.

b) Competencias:

- Coordinar las comisiones de titulación.
- Conocer los resultados de la evaluación realizada.
- Seguir el cumplimiento de los planes anuales de mejora de las titulaciones.
- Seguir el cumplimiento de los planes anuales de mejora de los centros.
- Revisar el cumplimiento del Sistema de Garantía Interno de Calidad respecto al centro, las titulaciones que se imparten en el mismo, así como a los servicios prestados.
- Evaluar los resultados del Sistema de Garantía Interno de Calidad respecto al centro.
- Proponer mejoras sobre los programas formativos y servicios prestados.
- Proponer mejoras al Sistema de Garantía Interno de Calidad.
- Responsabilizarse del cumplimiento de los procedimientos y protocolos establecidos para el centro.
- Elevar propuestas al Centro en materia de ordenación académica sobre los títulos que se imparten en el Centro
- Gestionar el archivo documental.
- Cualquier otra en materia de calidad no prevista para otros órganos.

Las competencias descritas en materia de calidad, serán desarrolladas por la Comisión de Garantía de Calidad del Centro, si bien, la Junta de Centro puede asignar dichas competencias a la comisión que determine oportuna entre aquellas existentes, con la obligación de describir dicha modificación e informar al Gabinete de Estudios y Evaluación con el fin de salvaguardar las responsabilidades en materia de calidad.



Para aquellos casos que una o varias titulaciones no se impartan en un único centro, se establece la Comisión de Garantía de Calidad Intercentros (CGCI), que nombrada por las Juntas de Centros, estaría compuesta, al menos, por los coordinadores del título en cada uno de los Centros y cuyas competencias serían iguales a las de la Comisión de Garantía de Calidad del Centro.

Además, para garantizar la calidad de los diferentes planes de estudio que se imparten, y sin perjuicio de las competencias académicas así como de otra índole que se le puedan asignar en relación a dicha titulación oficial, existe la **Comisión del Título (CT)**, nombrada por la Junta de Centro, y cuya composición y competencias se establecen a continuación:

a) Composición: Al menos formado por:

- El Coordinador del Título, nombrado por el centro.
- El número de profesores adecuado que refleje las características de la titulación.
- Un estudiante.
- Una representación de departamentos con docencia en el título cuyo número y estructura será determinado por la titulación.

b) Competencias:

- Conocer los resultados de los Informes generados por el Sistema de Garantía de Calidad.
- Seguir el cumplimiento de los planes anuales de mejora de las titulaciones.
- Revisar el cumplimiento del Sistema de Garantía Interno de Calidad respecto a la titulación.
- Evaluar los resultados del Sistema de Garantía Interno de Calidad respecto a la titulación.
- Proponer mejoras sobre el programa formativo y servicios prestados.
- Proponer mejoras al Sistema de Garantía Interno de Calidad.
- Elevar propuestas al Centro en materia de ordenación académica sobre el título y sobre la asignación docente.
- Gestionar y mantener el archivo documental específico para la titulación.
- Coordinar y planificar la metodología de enseñanza, los programas de actividades y evaluación de aprendizajes del título
- Definir, revisar y actualizar los perfiles de ingreso/egreso del título
- Realizar el análisis de las causas y buscar soluciones a las incidencias, reclamaciones y sugerencias que en el ámbito del título se planteen.
- Cualquier otra en materia de calidad no prevista para otros órganos.



En el caso de Centros que imparten un solo Título, mientras se mantenga esta situación, la Comisión de Garantía de Calidad del Centro asume las funciones de la Comisión de Título. En este caso, la Comisión debe incluir a los coordinadores de curso o de módulo.

La Comisión del Título cuenta con un "Archivo Documental" donde se guarda toda la documentación relacionada con la implantación, desarrollo y seguimiento del Título (actas, informes, datos, planes de mejora...) y que sirve a los responsables académicos para garantizar su calidad y promover mejoras en el desarrollo del plan de estudios. La custodia de esta documentación corresponde al Centro. Las comisiones tendrán un papel relevante en materia de asignación de docencia, "velando por la calidad de la misma", con el fin de garantizar la acreditación de las diferentes titulaciones sobre las que tienen responsabilidades. Este papel será regulado mediante la correspondiente normativa.

Estas tres comisiones, son asesoradas técnicamente en todo momento por el Gabinete de Estudios y Evaluación de la Universidad de Valladolid, como Unidad Técnica de Calidad que vela por el cumplimiento de los objetivos marcados.

9.1.2.- Agentes implicados y flujo de información.

El siguiente cuadro recoge los distintos agentes implicados en el Sistema de Garantía Interno de la Calidad de la Universidad de Valladolid, así como la forma en la que participan, el flujo de información que se genera y en que apartado del sistema tienen su presencia. Para ellos, describimos una serie de ítems que establecen la forma de participación de los agentes:

- Participan como público objetivo.
- Evalúan.
- Aportan y gestionan información
- Deciden sobre la evaluación.

Agente implicado	Funciones	Información		9.2.1.- Calidad de la enseñanza.	9.2.2.- Calidad del profesorado.	9.3.- Procedimientos para garantizar la calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad	9.4.- Procedimientos de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida	9.5.1.- Análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados	9.5.2.- Atención a las sugerencias y a las reclamaciones de los estudiantes	9.7.- Mecanismos para publicar la información sobre el plan de estudios, su desarrollo y sus resultados
		Aporta	Recibe							
Consejo de Gobierno.	<ul style="list-style-type: none"> Debatir, evaluar y aprobar los datos del sistemas de garantía de calidad y las acciones de mejora propuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> Ratificación de la información del sistema de garantía de calidad. Ratificación de los planes de mejora y acciones de corrección. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. 							
Rector	<ul style="list-style-type: none"> Responsable máximo del sistema de garantía de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de los informes del sistema de garantía de calidad. Planes de mejora y acciones de corrección. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. 							
Comisión de Calidad de la UVa.	<ul style="list-style-type: none"> Responsable de la garantía de calidad de los programas formativos de toda la Universidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de los informes del sistema de garantía de calidad. Planes de mejora y acciones de corrección. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. 							
Comisión de Garantía de Calidad del Centro	<ul style="list-style-type: none"> Responsable de la garantía de calidad de los programas formativos impartidos en el centro. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de los informes del sistema de garantía de calidad. Planes de mejora y acciones de corrección. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. 							
Comisión de la Titulación	<ul style="list-style-type: none"> Responsable de la garantía de calidad de cada uno de los programas formativos. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de los informes del sistema de garantía de calidad. Planes de mejora y acciones de corrección. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. 							



Gabinete de Estudios y Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> Responsables técnicos de los sistemas que garantizan la calidad. Responsables de la implementación del sistema de garantía de calidad. Responsables del seguimiento y evaluación. Responsables de la asistencia al resto de órganos y comisiones en materia de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de las metodologías y herramientas. Informes específicos y generales de la Universidad. Informes de resultados. Informes sobre los análisis del sistema de garantía de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Los resultados de las distintas metodologías aplicadas, así como de las herramientas y sistemas implementados. 							
Responsables de los sistemas de información.	<ul style="list-style-type: none"> Responsables técnicos de los sistemas de información de la Universidad de Valladolid. Responsables de los sistemas de explotación y distribución de la información gestionada por dichos sistemas. 	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de las metodologías y herramientas. Informes específicos y generales de la Universidad. Informes de resultados. Informes sobre los análisis del sistema de garantía de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Los resultados de las distintas metodologías aplicadas, así como de las herramientas y sistemas implementados. 							
Vicerrectores responsables y Directores de Área responsables.	<ul style="list-style-type: none"> Responsable de la garantía de calidad de los servicios de su competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de los informes del sistema de garantía de calidad. Planes de mejora y acciones de corrección. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes de reclamaciones y sugerencias. 							
Responsables de centros.	<ul style="list-style-type: none"> Responsables de los centros y sus servicios. Responsables de los sistemas de información de los centros. Responsables de los sistemas de atención de reclamaciones sobre los servicios del centro. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de los informes del sistema de garantía de calidad. Planes de mejora y acciones de corrección. Información de los servicios prestados desde el centro. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes de reclamaciones y sugerencias. 							
Responsables de departamentos.	<ul style="list-style-type: none"> Responsables de la coordinación del personal docente e investigador. Responsables de los programas formativos. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación del personal docente e investigador. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes sobre la evaluación del personal docente e investigador. 							
Responsables de los programas formativos.	<ul style="list-style-type: none"> Responsables de los programas formativos. Responsables de la definición de objetivos, competencias y perfiles profesionales. Responsables de los sistemas de información de del programa formativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de los informes del sistema de garantía de calidad. Planes de mejora y acciones de corrección. Información sobre el programa formativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes sobre las necesidades de los recursos humanos. Informes sobre la adecuación y evolución de las competencias y formación universitaria y las necesidades. 							
COIE	<ul style="list-style-type: none"> Responsables de las prácticas en empresas. Responsables de los servicios de información y orientación al estudiante. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de la satisfacción con el programa de prácticas por parte del alumno. Evaluación de la satisfacción con el programa de prácticas por parte del tutor de empresa. Evaluación con el programa de prácticas por parte del tutor académico. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes de los alumnos en prácticas. Informes de los tutores académicos. Informes de los tutores de empresa. 							
Servicio de Relaciones Internacionales	<ul style="list-style-type: none"> Responsables de los programas de movilidad internacional para estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de los programas de movilidad internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes de los estudiantes que realizan un programa de movilidad internacional. Informes de los coordinadores de centros de los programas de movilidad internacional. 							
Servicios de Alumnos.	<ul style="list-style-type: none"> Responsables de los programas de movilidad nacional para estudiantes. Responsables de la Gestión administrativa y académica. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de los programas de movilidad nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes de los estudiantes que realizan un programa de movilidad nacional. Informes de los coordinadores de centros de los programas de movilidad nacional. 							
Personal docente de los programas formativos.	<ul style="list-style-type: none"> Responsables de la impartición de los programas formativos. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación sobre la satisfacción con la formación impartida. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes sobre la evaluación con el programa de formación que imparte. 							



Alumnos de los programas formativos.	<ul style="list-style-type: none"> Responsables de la participación activa en el programa formativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación sobre la satisfacción con la formación recibida. Evaluación sobre los servicios recibidos por parte del centro, campus y Universidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes sobre la evaluación con el programa de formación recibido. 								
Personal de administración y servicios.	<ul style="list-style-type: none"> Responsables de los servicios prestados en los centros, campus y universidad donde se imparte la acción formativa. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación sobre los servicios prestados por parte del centro, campus y la Universidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes sobre la evaluación de los servicios prestados. 								
Alumnos que participan en los programas de prácticas.	<ul style="list-style-type: none"> Responsables de la realización y cumplimiento con el programa de prácticas establecido. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación sobre la satisfacción con el programa de prácticas establecido. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes sobre la evaluación del programa de prácticas. 								
Tutores académicos de las prácticas en empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Responsables de la realización y cumplimiento con el programa de prácticas establecido por parte del alumno y la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación sobre la satisfacción con el programa de prácticas establecido y su cumplimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes sobre la evaluación del programa de prácticas. 								
Tutores de empresa de las prácticas en empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Responsables de la realización y cumplimiento con el programa de prácticas establecido por parte del alumno y el tutor académico. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación sobre la satisfacción con el programa de prácticas establecido y su cumplimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes sobre la evaluación del programa de prácticas. 								
Egresados.	<ul style="list-style-type: none"> Responsables del desarrollo profesional de los conocimientos y competencias desarrolladas en el programa formativo realizado. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de la satisfacción con el programa formativo desarrollado y su aplicación profesional. Descripción y evaluación de su desarrollo profesional. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes sobre la inserción profesional y su calidad. 								
Empleadores.	<ul style="list-style-type: none"> Responsables de definir los perfiles profesionales y competencias que requieren en su actividad. Responsables de dirigir y aplicar los conocimientos adquiridos por los egresados a los que emplean. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de la satisfacción con el desempeño profesional de nuestros egresados. Necesidades sobre recursos humanos de carácter universitarios y las competencias profesionales que deben desarrollar. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes del sistema de garantía de calidad. Informes sobre la inserción profesional y su calidad. Informes sobre las necesidades de los recursos humanos. Informes sobre la adecuación y evolución de las competencias y formación universitaria y las necesidades del mercado. 								



9.2.- Procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado.

9.2.1.- Calidad de la enseñanza.

La Comisión del Título analiza la información cuantitativa y cualitativa sobre los diferentes elementos que tienen que ver con el título. La información contenida en los Servicios Centrales de la Universidad es proporcionada por el Gabinete de Estudios y Evaluación, y el resto de información necesaria es recopilada directamente por el propio CT, teniendo a su disposición el apoyo administrativo del personal del Centro.

Se deben considerar al menos las siguientes fuentes de información:

9.2.1.a) Datos generales:

- Matrícula (nuevo ingreso, total, demanda satisfecha/insatisfecha, créditos,...)
- Estructura del título (tamaño de los grupos, participación en programas de movilidad, en prácticas en empresas...)
- Perfil y actividad del personal académico implicado (categorías de profesorado, actividad docente, actividad investigadora..)

9.2.1.b) Resultados de las encuestas realizadas por el Gabinete de Estudios y Evaluación:

- Encuestas de satisfacción de estudiantes y profesores⁶.
- Encuesta de satisfacción de los estudiantes con los programas de movilidad y de prácticas en empresas.
- Encuesta de inserción laboral de los graduados y su satisfacción con la formación recibida.
- Encuesta de satisfacción de los empleadores con la formación de los estudiantes.
- Encuesta de satisfacción del personal de administración y servicios implicado en el título.

⁶ Estas encuestas y sus correspondientes informes se detallan en el apartado 9.2.2



9.2.1.c) Actuaciones desarrolladas por el Centro:

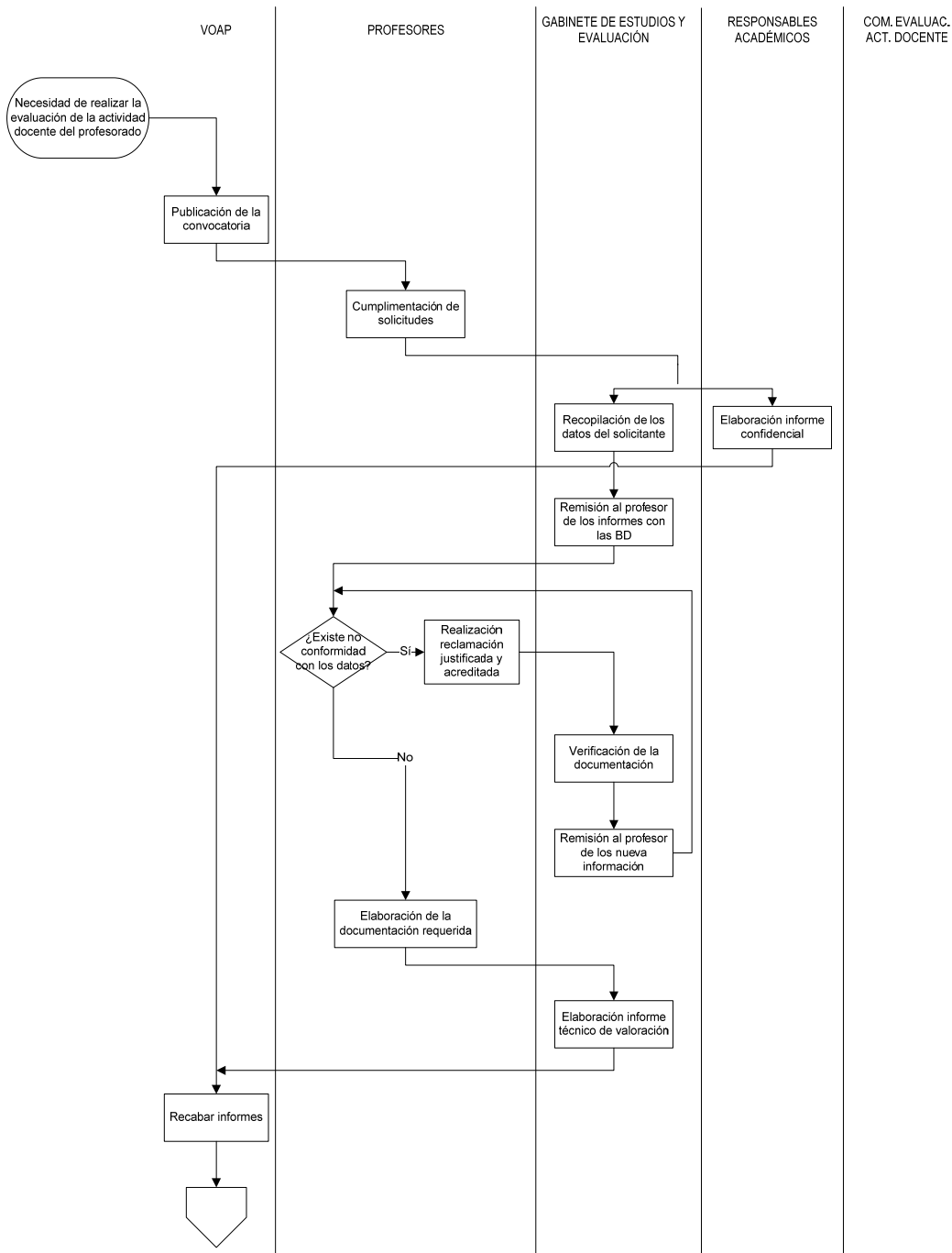
- para la definición de los perfiles de ingreso y egreso
- para la captación y acogida de nuevos estudiantes
- para el apoyo y orientación al aprendizaje a los estudiantes
- para fomentar la participación de los estudiantes en los programas de movilidad
- para coordinar al profesorado sobre los contenidos y las actividades de enseñanza, aprendizaje y evaluación
- para proporcionar orientación profesional a los estudiantes

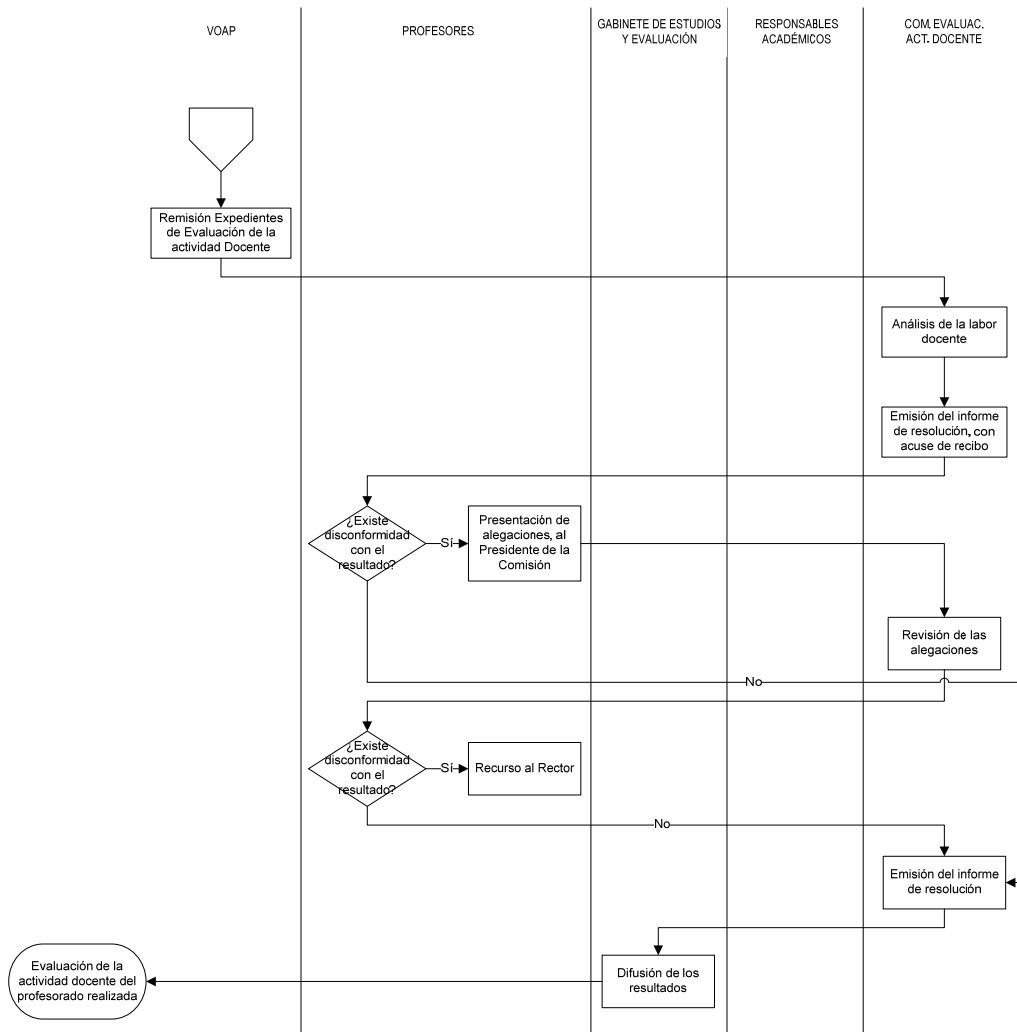
Las comisiones de calidad analizan toda esta información y proponen las actuaciones necesarias para potenciar las fortalezas y reducir las debilidades detectadas. Cada comisión elabora un plan de mejora anual en el ámbito de sus competencias.



9.2.2.- Calidad del profesorado.

El procedimiento para la evaluación y mejora de la calidad docente del profesorado es el establecido por el Sistema de Evaluación de la Actividad Docente del Profesorado que la Universidad de Valladolid ha desarrollado en el marco del Programa DOCENTIA de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA). El procedimiento, recogido en el Manual de Evaluación de la Actividad Docente del Profesorado de la Universidad de Valladolid, se plantea como sigue:





La instauración, consolidación y el perfeccionamiento del procedimiento de evaluación de la actividad docente del profesorado tiene como objetivo primordial, la mejora de la actividad docente que repercute directamente en la mejora de la formación del estudiante. Para ello, se fijan como objetivos específicos del programa, entre otros:

- Favorecer la reflexión crítica de los miembros de la comunidad universitaria y de sus centros, órganos de gestión y servicios, fomentando la evaluación de sus actividades.
- Estimular la reflexión didáctica y la innovación metodológica en el profesorado, como instrumentos de mejora de la calidad de la actividad docente de la Universidad de Valladolid y apoyar nuestra adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior.
- Incentivar la mejora de la actividad docente del profesorado mediante el reconocimiento de sus esfuerzos y de la calidad de su trabajo.
- Reconocer la implicación y dedicación del profesorado en tareas de investigación docente, evaluación institucional y gestión de la calidad de la enseñanza.



Además del modelo de evaluación de la actividad docente de la UVa, en lo que se refiere estrictamente a los mecanismos que desarrolla el Título para garantizar su calidad y mejora continua, se concretan una serie de encuestas de satisfacción para recoger información que permita corregir las debilidades, potenciar las fortalezas detectadas y determinar las acciones de mejora pertinentes. Estas encuestas, cuyo calendario se detalla en el punto 9.9, son las siguientes:

- Encuesta de satisfacción de los estudiantes con la actividad docente del profesorado
- Encuesta de satisfacción de los estudiantes con la calidad del programa formativo y los servicios ofertados
- Encuesta de satisfacción del personal docente e investigador con el programa formativo y de los servicios ofertados.

Con los resultados de estas encuestas, el Gabinete de Estudios y Evaluación elabora los siguientes informes:

- Resultados individuales de las encuestas para cada profesor sobre la satisfacción de los alumnos con su actividad docente.
- Resultados generales de las encuestas para cada Título dirigido a la Comisión de la Titulación.
- Resultados generales de las encuestas para la Comisión de Garantía de Calidad del Centro con los resultados obtenidos para el conjunto de títulos ofertados por el centro.
- Resultados generales de las encuestas para la Comisión de Calidad de la UVa para el conjunto de Títulos ofertados por la UVa.

Los resultados de estos informes son una de las fuentes utilizadas por las comisiones de calidad para elaborar las propuestas de mejora



9.3.- Procedimientos para garantizar la calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad

9.3.1.- Procedimientos para garantizar la calidad de las prácticas externas.

El procedimiento para garantizar la calidad de las **prácticas externas** está recogido en el Reglamento sobre Prácticas en Empresas de los Alumnos de la Universidad de Valladolid. (Aprobado en Consejo de Gobierno, sesión de 7 de junio de 2007), y que establece, los mecanismos de recogida de información a través de: los informes realizados por el estudiante en prácticas, por los tutores académicos y de empresa, así como por la encuesta de seguimiento que se realiza al estudiante.

El Centro de Orientación e Información al Estudiante (COIE) en colaboración con Gabinete de Estudios y Evaluación informa sobre los estudiantes que han realizado **prácticas externas**, así como del grado de satisfacción con las mismas, a través de los siguientes informes:

- Resultados de las encuestas del Título para la Comisión de la Titulación, sobre la satisfacción de los estudiantes con los programas de prácticas en empresas.
- Resultados de las encuestas sobre el centro, para la Comisión de Garantía de Calidad del Centro, sobre la satisfacción de los estudiantes con los programas de prácticas en empresas
- Resultados generales de las encuestas para la Comisión de Calidad de la UVa sobre la satisfacción de los estudiantes con los programas de prácticas en empresas.
- Resultados generales de las encuestas sobre la satisfacción de los estudiantes con las prácticas en empresa realizadas, dirigido a los Vicerrectores competentes en materia de estudiantes y empleo.

Los resultados de estas encuestas son una de las fuentes utilizadas por las distintas comisiones de calidad para elaborar sus propuestas de mejora.



9.3.2.- Procedimientos para garantizar la calidad en los programas de movilidad de carácter internacional.

El procedimiento para garantizar la calidad de los **programas de movilidad de carácter internacional**, está recogido en la siguiente normativa:

- Normativa de reconocimiento académico para estudiantes Erasmus. (Aprobado en Consejo de Gobierno en Marzo de 1999.)
- Normativa que regula la actividad de los coordinadores Sócrates de los centros y los responsables de los intercambios bilaterales de la Universidad de Valladolid. (Aprobado en Consejo de Gobierno en Junio de 2000.)

El Servicio de Relaciones Internacionales en coordinación con los coordinadores Sócrates y responsables de intercambios bilaterales de cada centro (CRI y RIB), facilitan a la Comisión de Garantía de Calidad del Centro, la información sobre las siguientes acciones de su competencia:

- Determinan el listado de universidades nacionales e internacionales donde fomentar la movilidad de destino de los estudiantes;
- determinan un conjunto de actuaciones para fomentar la movilidad de los estudiantes;
- fijan un conjunto de actuaciones para recibir y orientar a los estudiantes que vienen.

El Servicio de Relaciones Internacionales en colaboración con el Gabinete de Estudios y Evaluación, informa sobre los estudiantes que han participado en **programas de movilidad de carácter internacional**, así como del grado de satisfacción con los mismos, información recogida a través de las encuestas de satisfacción y los informes de estancias, con los que se elaboran los siguientes informes:

- Resultados de las encuestas del Título para la Comisión de la Titulación, sobre la satisfacción de los estudiantes con los programas de movilidad.
- Resultados de las encuestas sobre el centro, para la Comisión de Garantía de Calidad del Centro, sobre la satisfacción los estudiantes con los programas de movilidad.
- Resultados generales de las encuestas para la Comisión de Calidad de la UVa sobre la satisfacción de los estudiantes con los programas de movilidad.
- Resultados generales de las encuestas sobre la satisfacción de los estudiantes con los programas de movilidad, dirigido a los Vicerrectorados competentes en materia de relaciones institucionales.



Los resultados de estas encuestas son una de las fuentes utilizadas por las distintas comisiones de calidad para elaborar sus propuestas de mejora.

9.3.3.- Procedimientos para garantizar la calidad en los programas de movilidad de carácter nacional.

El procedimiento de organización de la movilidad de estudiantes (SICUE) es el establecido con carácter general para todas las Universidades Españolas por la CRUE

El Servicio de Alumnos en coordinación con los coordinadores Séneca y Fray Luis de León, facilitan la Comisión de Garantía de Calidad del Centro la información sobre las siguientes acciones de su competencia:

- Determinan el listado de universidades nacionales, áreas formativas y titulaciones donde fomentar la movilidad de destino de los estudiantes;
- determinan un conjunto de actuaciones para fomentar la movilidad de los estudiantes;
- fijan un conjunto de actuaciones para recibir y orientar a los estudiantes que vienen.

El Servicio de Alumnos en colaboración con el Gabinete de Estudios y Evaluación, informa sobre los estudiantes que han participado en **programas de movilidad de carácter nacional**, así como del grado de satisfacción con los mismos, información recogida a través de las encuestas de satisfacción y los informes de estancias, con los que se elaboran los siguientes informes:

- Resultados de las encuestas del Título para la Comisión de la Titulación, sobre la satisfacción de los estudiantes con los programas de movilidad.
- Resultados de las encuestas sobre el centro, para la Comisión de Garantía de Calidad del Centro, sobre la satisfacción los estudiantes con los programas de movilidad.
- Resultados generales de las encuestas para la Comisión de Calidad de la UVa sobre la satisfacción de los estudiantes con los programas de movilidad.
- Resultados generales de las encuestas sobre la satisfacción de los estudiantes con los programas de movilidad, dirigido a los Vicerrectorados competentes en materia de ordenación académica.

Los resultados de estas encuestas son una de las fuentes utilizadas por las distintas comisiones de calidad para elaborar sus propuestas de mejora.



9.4.- Procedimientos de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida

El Gabinete de Estudios y Evaluación aplica una serie de encuestas para recoger información sobre la inserción laboral de los titulados, su satisfacción con la formación recibida, así como la satisfacción de los empleadores. Estas encuestas, cuyo calendario se detalla en el punto 9.9, son las siguientes:

- Encuesta de inserción laboral de los graduados y su satisfacción con la formación recibida, que se remite a los estudiantes dos años después de ser egresados.
- Encuesta de satisfacción de los empleadores, empresas, instituciones y organizaciones en general, con la formación de los titulados, que se remite a los empleadores una vez se conozcan éstos mediante la encuesta de inserción laboral.

Dichas encuestas se encuentran dentro del sistema denominado Observatorio de Empleo de la Universidad de Valladolid que tiene como objetivo, contestar a las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál ha sido el valor profesional de la formación universitaria de nuestros titulados? ¿A qué se dedican una vez finalizados sus estudios?

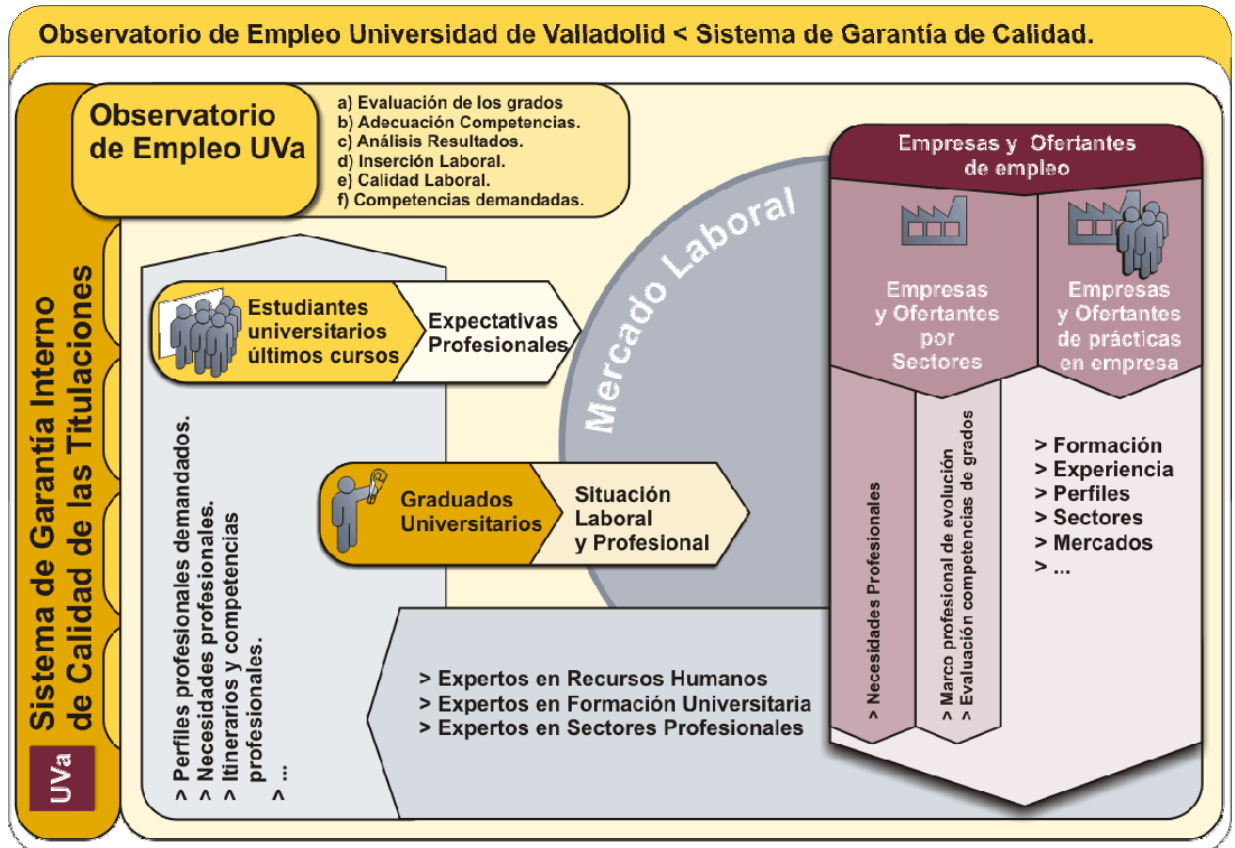
Análisis de la evolución laboral de estos titulados y detección de los puntos fuertes y débiles de su formación académica y su influencia en su trayectoria profesional.

2. ¿Qué demandan las empresas, instituciones y organizaciones en general oferentes de empleo, de nuestros titulados?

Establecimiento del marco de competencias, aptitudes y actitudes necesarias, ligadas a cada grupo de titulaciones, que configuran el plan de capacitación para dichos profesionales y que permiten analizar los mecanismos de acercamiento de la formación superior a la demanda.

3. ¿Qué esperan de su futuro profesional los estudiantes de nuestra Universidad?

Establecimiento sobre cuál ha sido la motivación para decidirse por su titulación, analizando sus expectativas de cara al mercado laboral y buscando relaciones con otras características, formación complementaria, prácticas, experiencia,...



Con los resultados de estos estudios, el Gabinete de Estudios y Evaluación elabora los siguientes informes:

- Resultados de las encuestas para cada Título, para cada Comisión de Titulación.
- Resultados de las encuestas para cada Centro, para cada Comisión de Garantía de Calidad del Centro.
- Resultados generales de las encuestas para la Comisión de Calidad de la UVa, con los resultados obtenidos para el conjunto de Títulos ofertados por la UVa.
- Resultados generales de las encuestas para los Vicerrectores competentes en materia de estudiantes y empleo.

Los resultados de estas encuestas son una de las fuentes utilizadas por las distintas comisiones de calidad para elaborar sus propuestas de mejora.



9.5.- Procedimiento para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados (estudiantes, personal académico y de administración y servicios, etc.) y de atención a las sugerencias o reclamaciones.

9.5.1.- Análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados:

Para **analizar la satisfacción** de los distintos colectivos implicados en el programa formativo, el Gabinete de Estudios y Evaluación realiza las encuestas de satisfacción a estudiantes y personal docente e investigador que se relacionaban en el apartado 9.2 y otra al Personal de Administración y Servicios. Con los resultados de estos estudios se elaboran los siguientes informes:

- Resultados de las encuestas para cada Título dirigido a la Comisión de la Titulación.
- Resultados de las encuestas para cada centro dirigidos a la Comisión de Garantía de Calidad del Centro.
- Resultados generales de las encuestas dirigidos a la Comisión de Calidad de la UVa.
- Resultados generales de las encuestas para los Vicerrectores competentes en materia de ordenación académica, profesorado, estudiantes, personal de administración y servicios, así como para el gerente.

Los resultados de estas encuestas son una de las fuentes utilizadas por las comisiones de calidad para elaborar sus propuestas de mejora.

9.5.2.- Atención a las sugerencias y a las reclamaciones de los estudiantes:

La Comisión de Garantía de Calidad del Centro, en colaboración con la Delegación de Estudiantes o Asociaciones de Estudiantes, informa a los estudiantes de los actuales cauces institucionales a su disposición para formular sugerencias y/o reclamaciones, como: las Delegaciones de Estudiantes, la representación de los estudiantes en Consejo de Gobierno, en Consejo de Departamento, en Junta de Centro, la figura del Defensor de la Comunidad Universitaria, etc.

También se informa a los estudiantes sobre la posibilidad de dirigir sugerencias y quejas por escrito a la Comisión del Título, bien a través de un buzón de sugerencias, o bien directamente a través de alguno de sus miembros. Las quejas deberán identificar claramente al remitente.



La Comisión debe atender y responder las quejas (o reorientarlas al servicio o unidad responsable, en caso de no competir a los responsables académicos del Título), con la brevedad que cada caso requiera para su satisfacción. Esta información es gestionada a través del archivo documental del centro que cuenta con el soporte técnico y apoyo metodológico del Gabinete de Estudios y Evaluación.

El contenido de las quejas y sugerencias recibidas son una de las fuentes utilizadas por las comisiones de calidad para elaborar sus propuestas de mejora.



9.6.- Criterios específicos en el caso de extinción del Título

Podrá interrumpirse la impartición de los Títulos de Universidad de Valladolid, temporal o definitivamente, en los siguientes casos:

1. Cuando el Título no supere el proceso de acreditación establecido por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA)
2. Cuando los órganos de Gobierno de la Universidad acuerden y sometan a la autorización de la administración educativa la suspensión y extinción del Título. Dicha propuesta se fundamentará en los criterios siguientes:
 - Imposibilidad acreditada de alcanzar los objetivos académicos previstos en el plan de estudios o de asegurar su calidad
 - Cambios en el entorno institucional o en el régimen jurídico del ámbito de los estudios que invaliden la justificación de su implantación inicial
 - Necesidades acreditadas de reorganización de la oferta de estudios que generen la fusión, la transformación o el cambio de ciclo de los estudios implantados.

Los planes de estudios conducentes a la obtención de títulos oficiales, modificados total o parcialmente, se extinguirán curso a curso. En lo restante, y según el Real Decreto 2347/1996 establece en su artículo 1, una vez extinguido cada curso, se efectuarán cuatro convocatorias de examen en los dos cursos académicos siguientes. En casos justificados, la Universidad podrá autorizar, con carácter extraordinario, que el número de las citadas convocatorias de examen sea de seis, en lugar de cuatro, y a realizar en los tres cursos académicos siguientes.

Agotadas por los alumnos las convocatorias señaladas en el párrafo anterior sin que hubieran superado las pruebas, quienes deseen continuar los estudios deberán seguirlos por los nuevos planes, mediante adaptación o, en su caso, la convalidación que la Universidad determine.

En todo caso, los alumnos que vinieran cursando el plan de estudios antiguo podrán optar por completar su currículum directamente a través del nuevo plan resultante, a estos efectos, el nuevo plan deberá incluir las previsiones necesarias acerca de los mecanismos de convalidación y adaptación al mismo por parte de estos alumnos.



9.7.- Mecanismos para publicar la información sobre el plan de estudios, su desarrollo y sus resultados

La Comisión de Garantía de Calidad del Centro vela por la existencia efectiva de los siguientes canales de información sobre cada título:

- Página web: a través de la página web del Centro se ofrece información accesible tanto para los estudiantes de la UVa, como para otras personas interesadas. La información ofrecida incluye:
 - Guía Académica de cada uno de los Títulos impartidos en el Centro
 - Personal académico implicado en el Título, así como su teléfono, e-mail y horario de tutorías
 - Normativa específica aplicable al Título
 - Prácticas externas y Programas de movilidad que se ofrecen a los estudiantes
 - Resultados académicos de los últimos años
 - Plan de Mejora anual

- Tablones de anuncios de los Centros para informaciones puntuales y comunicación de resultados

Para ello, la Comisión del Título, es responsable de que la información referente al Título sea veraz y esté actualizada.

Además, la Comisión de Garantía de Calidad del Centro puede desarrollar otros mecanismos para publicar información, como:

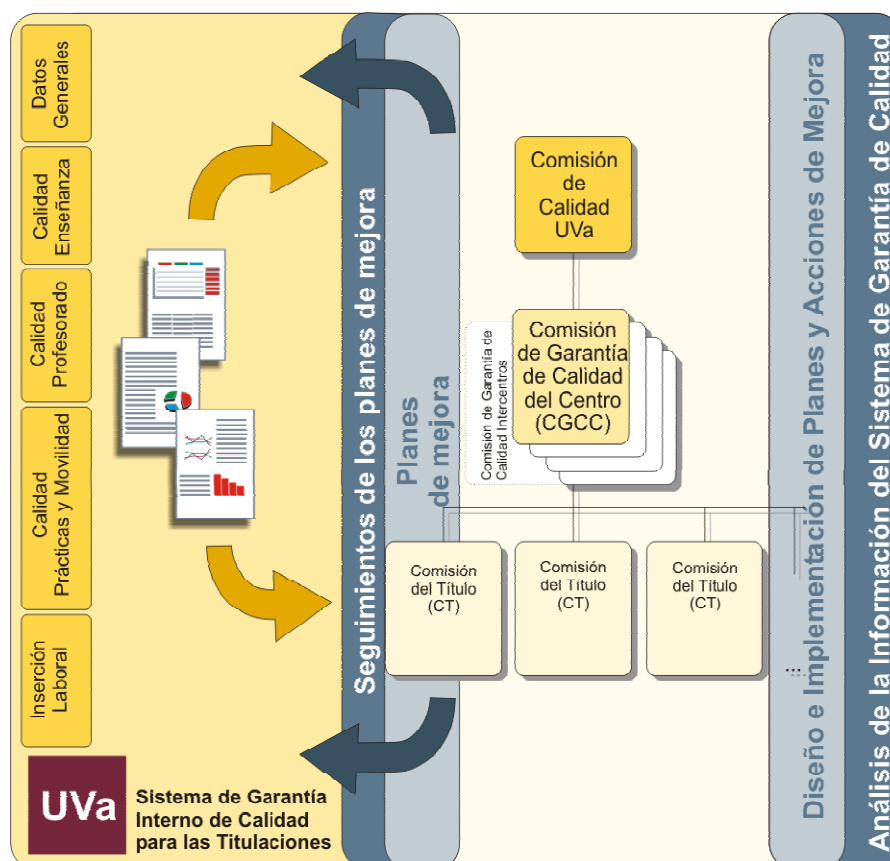
- Reuniones informativas específicas
- Edición de folletos informativos
- Organización de jornadas
- Conferencias divulgativas en Centros de Secundaria, etc...

9.8.- Sistema de análisis y evaluación de la información del Sistema de Garantía Interno de Calidad, diseño e integración de acciones de mejora.

La Universidad de Valladolid, a través de los distintos responsables del Sistema de Garantía Interno de Calidad de las Titulaciones, y tal y como hemos definido en el punto 9.1.1 y 9.1.2, tiene la potestad de recibir toda la información generada por el sistema y a través de estos y con el apoyo del Gabinete de Estudios y Evaluación, como responsable de la Unidad Técnica de Calidad, diseña todas aquellas medidas de mejora y acciones que permitan dar respuesta tanto a reclamaciones, sugerencias, evaluaciones negativas y deficiencias de los programas formativos y servicios prestados.

Para ello, se realiza un análisis exhaustivo de la información obtenida, plasmando a través de los planes de mejora anuales, en el caso que sea necesario, las acciones de corrección que deben llevarse a cabo así como los objetivos de calidad para cada programa formativo y servicios prestados.

Los responsables de implementación de dichas acciones de mejora son aquellos de los programas formativos y de los servicios prestados, con la dirección de la Comisión de Calidad de la UVa, de las Comisiones de Garantía de Calidad del Centro y de la Comisión del Título, según sus competencias, y es el Gabinete de Estudios y Evaluación, el responsable de realizar el seguimiento sobre el cumplimiento de los Planes de Mejora, así como de informar a todos los agentes implicados.





9.9.- Proceso de Evaluación de Enseñanzas Universitarias.

El presente esquema describe las encuestas concretas que son diseñadas e implementadas en forma y contenido por el Gabinete de Estudios y Evaluación de la Universidad de Valladolid, en coordinación con los Vicerrectorados correspondientes y en línea con los estándares establecidos por organismos de calidad en materia de Universidades, resto de Universidades e Instituciones públicas.

Calendario de evaluaciones:

Colectivo	Encuesta	Punto	Fecha	Periodicidad	Responsable
Estudiantes	1. Encuesta de satisfacción sobre la actividad docente del profesorado (1º cuatrimestre / 2º cuatrimestre)	9.5.1	Enero / Mayo	Anual	Vicerrectorado Planificación Estratégica Gabinete de Estudios y Evaluación
	2. Encuesta de Satisfacción de los estudiantes con el Programa Formativo y los servicios ofertados	9.5.1	Abril-Mayo	Bienal	
	3. Encuesta de Satisfacción de los estudiantes con las prácticas externas y los programas de movilidad	9.3	A determinar ⁷	Anual	
Personal Docente Investigador	4. Encuesta de satisfacción del PDI con el Programa Formativo y los servicios prestados	9.5.1	Mayo	Bienal	
Personal de Administración y Servicios	5. Encuesta de satisfacción del PAS	9.5.1	Marzo	Bienal	
Egresados	6. Encuesta de inserción laboral de los graduados/as y su satisfacción con la formación recibida	9.4.	Diciembre-Enero	Anual	
Empleadores	7. Encuesta de satisfacción de los empleadores con la formación de los titulados	9.4.	Mayo-Septiembre	Anual	

⁷ Por la Comisión de la Titulación.

**10 Calendario de implantación****10.1 Cronograma de implantación del título.**

La implantación del Título de Grado en Comercio por la Universidad de Valladolid se realizará curso a curso de acuerdo con el siguiente cronograma:

	CURSOS			
	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Implantación de los cursos del Título de Grado	Implantación del primer curso	Implantación del segundo curso	Implantación del tercer y cuarto curso	
Finalización de clases presenciales de la Diplomatura en Ciencias Empresariales	No se impartirán las clases correspondientes a primer curso	No se impartirán las clases correspondientes a segundo curso (*)	No se impartirán las clases correspondientes a tercer curso (*)	
Desarrollo de un sistema de tutorías para el alumnado de los cursos sin clases presenciales	Desarrollo de un sistema de tutorías para el alumnado de las asignaturas de primer curso	Desarrollo de un sistema de tutorías para el alumnado de las asignaturas de primer y segundo curso	Desarrollo de un sistema de tutorías para el alumnado de las asignaturas de segundo y tercer curso	
Convocatorias de examen de la Diplomatura en Ciencias Empresariales	Realización de dos convocatorias de examen de las asignaturas de primer curso	Realización de dos convocatorias de examen de las asignaturas de primer y segundo curso.	Realización de dos convocatorias de examen de las asignaturas de segundo y tercer curso.	Realización de dos convocatorias de examen de las asignaturas de tercer curso

(*) A efectos de este cuadro, y en lo referente a asignaturas optativas, se considerarán asignaturas de segundo y tercer curso respectivamente las siguientes:

SEGUNDO CURSO	TERCER CURSO
Derecho de Sociedades	Alemán Empresarial
Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	Análisis de Estados Contables
Estadística Aplicada a la Auditoría	Análisis y Planificación Financiera
Estadística Aplicada a la Investigación Comercial	Auditoría I
Francés Empresarial I	Auditoría II
Gestión Internacional de la Empresa	Comercio Internacional y Política Económica
Historia de las Instituciones y de las Relaciones Económicas Internacionales	Comportamiento del Consumidor. Psicología del Marketing
Historia Económica Contemporánea Mundial y de España	Consolidación de Estados Contables
Historia Económica de la Empresa	Contabilidad Financiera y de Sociedades
Inglés Empresarial I	Contabilidad y Control de Gestión
Macroeconomía	Cultura Empresarial Japonesa
Marco Comercial de la UE	Derecho Civil Patrimonial
Microeconomía	Derecho Mercantil II
Operaciones Financieras I	Dirección de Operaciones
Política Monetaria	Dirección de Recursos Humanos
Programación Matemática Aplicada a la Empresa	Dirección Estratégica
Sociología	Espacios Económicos Internacionales
	Estudios de Mercado e Investigación Comercial
	Francés Empresarial II
	Gestión Bancaria
	Gestión de la Calidad en la Empresa
	Gestión Internacional de la Empresa
	Informática Aplicada a la Gestión de Empresas
	Inglés Empresarial II



SEGUNDO CURSO	TERCER CURSO
	Mercado Bursátil
	Mercados, Instrumentos e Instituciones Financieras
	Metodología Práctica de la Auditoría de Cuentas
	Métodos y Programación Estadística
	Operaciones Financieras II
	Publicidad y Promoción de Ventas
	Régimen Fiscal de la Empresa
	Regímenes Especiales de Tributación
	Sociología de la Empresa
	Técnicas de Comercio Exterior y Marketing Internacional
	Técnicas de Distribución. Distribución Comercial
	Técnicas Multivariantes para la Investigación Comercial



10.2 Procedimiento de adaptación de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios.

En cumplimiento del Artículo 6 del R. D. 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se regula la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, que establece que las universidades deberán contar con un sistema de reconocimiento y transferencia de créditos, se ha procedido a elaborar una plantilla de adaptaciones para aquellos alumnos que hayan cursado estudios en la Diplomatura en Ciencias Empresariales, que actualmente se imparte en nuestro Centro, y deseen cursar el nuevo Grado de Comercio.

Para llevar a cabo esta tabla de adaptaciones, se han seguido las recomendaciones de la propia Universidad de Valladolid y del Grupo 9 UNIVERSIDADES. En dichas recomendaciones se establece que se debe ser generoso y flexible a la hora de elaborar esta tabla, recomendando la utilización de criterios de carácter general, formulas automáticas de reconversión, etc. A ello se debe añadir que, siguiendo la filosofía del R. D. 1393/2007, a los titulados actuales se les debe reconocer todos los créditos básicos, dado que proceden de una titulación que forma parte de la misma rama de conocimiento (Si un alumno ha obtenido un título perteneciente a esa rama de conocimiento, se debe suponer que tiene adquiridas esas competencias básicas).

A efectos de este procedimiento deberá entenderse por adaptación la aceptación e incorporación al expediente del estudiante, de los créditos que se estime, de acuerdo con la normativa vigente, obtenidos en una titulación existente cuando los estudiantes se incorporen a este plan de estudios.

Se establece el siguiente procedimiento de adaptación:

- 1º) Podrán solicitar la solicitud de adaptación los estudiantes que deseen incorporarse a este plan de estudios si proceden de otros estudios oficiales que van a extinguirse.
- 2º) Esta declaración se realizará con anterioridad a su matrícula, cumplimentando un impreso preestablecido elaborado por la Universidad de Valladolid.
- 3º) El Centro donde se imparte el nuevo plan de estudios, aprobará la tabla de adaptación, para que los estudiantes conozcan con antelación a su matrícula las adaptaciones que se llevarán a cabo en su expediente.
- 4º) El Centro creará una comisión para estudiar las solicitudes de adaptación que correspondan a casos no contemplados en la tabla de adaptación, solicitando, en caso necesario, informes a los departamentos correspondientes.
- 5º) Si las solicitudes de adaptación corresponden a casos contemplados en la tabla de adaptación, se tramitarán de forma directa por la Secretaría del Centro.
- 6º) Desde la Secretaría del Centro se notificará al estudiante la resolución de las adaptaciones.

A continuación se detallan por especialidades de la actual Diplomatura en Ciencias Empresariales, las equiparaciones que se producirán entre las asignaturas del Grado en Comercio y la titulación actual de Ciencias Empresariales a la que reemplaza.



ASIGNATURAS Diplomatura en CC. EMPRESARIALES Especialidad: DIRECCIÓN COMERCIAL	Carácter(*)	Créditos	ASIGNATURAS Grado en COMERCIO	Carácter(*)	E C T S
Derecho Mercantil	OB	6	Derecho Comercial	OB	6
Dirección Comercial	OB	9	Fundamentos de Marketing	OB	6
Dirección Financiera	OB	9	Dirección Financiera	OB	6
Economía Española y Mundial I	OB	6	Economía Española y Mundial	OB	6
Economía Española y Mundial II	OB	3			
Economía Política I	OB	6	Introducción a la Teoría Económica	OB	6
Economía Política II	OB	3			
Estadística Empresarial I	OB	6	Introducción a la Estadística	OB	6
Informática Empresarial	OB	6	Informática Aplicada a la Gestión Comercial I	OB	6
Introducción a la Contabilidad	OB	12	Fundamentos de Contabilidad Financiera	OB	6
Matemáticas Empresariales II	OB	6	Matemáticas Comerciales	OB	6
Organización y Administración de Empresas I	OB	6	Organización de Empresas	OB	6
Organización y administración de Empresas II	OB	6	Organización de Empresas	OB	6
Contabilidad de Costes	OB	9			
Estadística Empresarial II	OB	4,5			
Introducción al Derecho	OB	3			
Introducción al Derecho del Trabajo	OB	3			
Matemáticas Empresariales I	OB	6			
Sistema Fiscal Español	OB	6			
Técnicas de Comercio Exterior y Marketing Internacional	OP	9	Comercio Exterior	OB	6
Comportamiento del Consumidor. Psicología del Marketing	OP	4,5	Comportamiento del Consumidor	OB	6
Publicidad y Promoción de Ventas	OP	6	Comunicación Comercial: Publicidad y Promoción de Ventas	OB	6
Estadística Aplicada a la Investigación Comercial	OP	6	Estadística Comercial	OB	6
Estudios de Mercado e Investigación Comercial	OP	6	Investigación de Mercados	OB	6
Técnicas de Distribución. Distribución Comercial	OP	6	Logística II	OB	6
			Comercio Electrónico	OB	6
			Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	OB	6
			Dirección de Recursos Humanos y Gestión de la Fuerza de Ventas	OB	6
			Financiación de PYMEs y Operaciones Comerciales	OB	6
			Fiscalidad de las Operaciones Comerciales I	OB	6
			Fundamentos del Derecho	OB	6
			Gestión de Ventas y Proceso Comercial	OB	6
(**)			Historia Económica del Comercio	OB	6
(**)			Lengua Extranjera I	OB	6
			Lengua Extranjera II	OB	6
			Logística I	OB	6
			Prácticas Externas (en Empresas o Instituciones)	OB	18
			Trabajo Fin de Grado	OB	9
Marco Comercial de la unión Europea	OP	4,5			
			Aplicaciones Sectoriales del Marketing	OP	6
			Áreas Geográficas del Comercio Internacional	OP	6
			Auditoría Interna de las Operaciones Comerciales	OP	6
			Creación de Empresas	OP	3
			Derecho del Mercado	OP	6
			Dirección Estratégica. Toma de Decisiones	OP	3
			Fiscalidad de las Operaciones Comerciales II	OP	3
			Informática Aplicada a la Gestión Comercial II	OP	6
			Juego de Simulación Empresarial	OP	3
			Lengua Extranjera III	OP	6
			Negociación Intercultural	OP	6
			Plan Económico y Financiero	OP	3
			Prevención de Riesgos Laborales	OP	6



Grado de Comercio, Versión 2, 1906/2009.

Universidad de Valladolid \ Escuela Universitaria de Estudios Empresariales

UniversidaddeValladolid

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

ASIGNATURAS Diplomatura en CC. EMPRESARIALES Especialidad: DIRECCIÓN COMERCIAL	Carácter (*)	Créditos	ASIGNATURAS Grado en COMERCIO	Carácter (*)	E C T S
			Operaciones Financieras Aplicadas al Comercio	OP	6
			Responsabilidad Social de la Empresa y Ética Comercial	OP	3
			Técnicas de Comunicación	OP	6
			Urbanismo Comercial	OP	3

(*)

Carácter:

OB: Asignatura obligatoria

OP: Asignatura optativa

(**)

Las asignaturas del Grado en Comercio, Historia Económica del Comercio y Lengua Extranjera I, se reconocen por su condición de básicas atendiendo a lo estipulado en el R.D. 1393/2007



ASIGNATURAS Diplomatura en CC. EMPRESARIALES Especialidad: CONTABILIDAD Y AUDITORIA	Carácter (*)	Créditos	ASIGNATURAS Grado en COMERCIO	Carácter (*)	E C T S
Contabilidad de Costes	OB	9	Análisis y Control de Gestión	OB	6
Análisis de Estados Contables	OP	4,5			
Derecho Mercantil	OB	6	Derecho Comercial	OB	6
Dirección Comercial	OB	9	Fundamentos de Marketing	OB	6
Dirección Financiera	OB	9	Dirección Financiera	OB	6
Economía Española y Mundial. I	OB	9	Economía Española y Mundial	OB	6
Economía Española y Mundial II	OB	9			
Economía Política I	OB	6	Introducción a la Teoría Económica	OB	6
Economía Política II	OB	3			
Estadística Empresarial I	OB	6	Introducción a la Estadística	OB	6
Estadística Empresarial II	OB	4,5	Estadística Comercial	OB	6
Estadística Aplicada a la Auditoría	OP	1,5			
Informática Empresarial	OB	6	Informática Aplicada a la Gestión Comercial I	OB	6
Introducción a la Contabilidad	OB	12	Fundamentos de Contabilidad Financiera	OB	6
Matemáticas Empresariales II	OB	6	Matemáticas Comerciales	OB	6
Organización y Administración de Empresas I	OB	6	Organización de Empresas	OB	6
Organización y Administración de Empresas II	OB	6	Organización de Empresas	OB	6
Introducción al Derecho	OB	3			
Introducción al Derecho del Trabajo	OB	3			
Matemáticas Empresariales I	OB	6			
Sistema Fiscal Español	OB	6			
			Comercio Electrónico	OB	6
			Comercio Exterior	OB	6
			Comportamiento del Consumidor	OB	6
			Comunicación Comercial: Publicidad y Promoción de Ventas	OB	6
			Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	OB	6
			Dirección de Recursos Humanos y Gestión de la Fuerza de Ventas	OB	6
			Financiación de PYMEs y Operaciones Comerciales	OB	6
			Fiscalidad de las Operaciones Comerciales I	OB	6
			Fundamentos del Derecho	OB	6
			Gestión de Ventas y Proceso Comercial	OB	6
			Investigación de Mercados	OB	6
(**)			Historia Económica del Comercio	OB	6
(**)			Lengua Extranjera I	OB	6
			Lengua Extranjera II	OB	6
			Logística I	OB	6
			Logística II	OB	6
			Prácticas Externas (en Empresas o Instituciones)	OB	18
			Trabajo Fin de Grado	OB	9
Operaciones Financieras I	OP	4,5	Operaciones Financieras Aplicadas al Comercio	OP	6
Régimen Fiscal de la Empresa	OP	6	Fiscalidad de las Operaciones Comerciales II	OP	3
Auditoría I	OP	6			
Auditoría II	OP	6			
Consolidación de los Estados Contables	OP	4,5			
Contabilidad Financiera y de Sociedades	OP	12			
Derecho de Sociedades	OP	3			
			Aplicaciones Sectoriales del Marketing	OP	6
			Áreas Geográficas del Comercio Internacional	OP	6
			Auditoría Interna de las Operaciones Comerciales	OP	6
			Creación de Empresas	OP	3
			Derecho del Mercado	OP	6
			Dirección Estratégica. Toma de Decisiones	OP	3
			Informática Aplicada a la Gestión Comercial II	OP	6
			Juego de Simulación Empresarial	OP	3



ASIGNATURAS Diplomatura en CC. EMPRESARIALES Especialidad: CONTABILIDAD Y AUDITORIA	Carácter (*)	Créditos	ASIGNATURAS Grado en COMERCIO	Carácter (*)	E C T S
			Lengua Extranjera III	OP	6
			Negociación Intercultural	OP	6
			Plan Económico y Financiero	OP	6
			Prevención de Riesgos Laborales	OP	6
			Responsabilidad Social de la Empresa y Ética Comercial	OP	3
			Técnicas de Comunicación	OP	6
			Urbanismo Comercial	OP	3

(*)

Carácter:

OB: Asignatura obligatoria

OP: Asignatura optativa

(**)

Las asignaturas del Grado en Comercio, Historia Económica del Comercio y Lengua Extranjera I, se reconocen por su condición de básicas atendiendo a lo estipulado en el R.D. 1393/2007



ASIGNATURAS Diplomatura en CC. EMPRESARIALES Especialidad: FINANZAS	Carácter(*)	Creditos	ASIGNATURAS Grado en COMERCIO	Carácter(*)	E C T S
Derecho Mercantil	OB	6	Derecho Comercial	OB	6
Dirección Comercial	OB	9	Fundamentos de Marketing	OB	6
Dirección Financiera	OB	9	Dirección Financiera	OB	6
Economía Española y Mundial I	OB	9	Economía Española y Mundial	OB	6
Economía Española y Mundial II	OB	9			
Economía Política I	OB	6	Introducción a la Teoría Económica	OB	6
Economía Política II	OB	3			
Estadística Empresarial I	OB	6	Introducción a la Estadística	OB	6
Introducción a la Contabilidad	OB	12	Fundamentos de Contabilidad Financiera	OB	6
Informática Empresarial	OB	6	Informática Aplicada a la Gestión Comercial I	OB	6
Matemáticas Empresariales II	OB	6	Matemáticas Comerciales	OB	6
Organización y Administración de Empresas I	OB	6	Organización de Empresas	OB	6
Organización y Administración de Empresas II	OB	6	Organización de Empresas	OB	6
Contabilidad de Costes	OB	9			
Estadística Empresarial II	OB	4,5			
Introd. al Derecho del Trabajo	OB	3			
Introducción al Derecho	OB	3			
Matemáticas Empresariales I	OB	6			
Sistema Fiscal Español	OB	6			
			Análisis y Control de Gestión	OB	6
			Comercio Electrónico	OB	6
			Comercio Exterior	OB	6
			Comportamiento del Consumidor	OB	6
			Comunicación Comercial: Publicidad y Promoción de ventas	OB	6
			Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	OB	6
			Dirección de Recursos Humanos y Gestión de la Fuerza de Ventas	OB	6
			Estadística Comercial	OB	6
			Financiación de PYMEs y Operaciones Comerciales	OB	6
			Fiscalidad de las Operaciones Comerciales I	OB	6
			Fundamentos del Derecho	OB	6
			Gestión de Ventas y Proceso Comercial	OB	6
			Investigación de Mercados	OB	6
(**)			Historia Económica del Comercio	OB	6
(**)			Lengua Extranjera I	OB	6
			Lengua Extranjera II	OB	6
			Logística I	OB	6
			Logística II	OB	6
			Prácticas Externas (en Empresas o Instituciones)	OB	18
			Trabajo Fin de Grado	OB	9
Análisis y Planificación Financiera	OP	9	Plan Económico y Financiero	OP	6
Operaciones Financieras I	OP	4,5	Operaciones Financieras Aplicadas al Comercio	OP	6
Régimen Fiscal de la Empresa	OP	6	Fiscalidad de las Operaciones Comerciales II	OP	3
Gestión Bancaria	OP	6			
Mercado Bursátil	OP	6			
Mercados Instrumentos e Instituciones Financieras	OP	6			
Política Monetaria	OP	4,5			
			Aplicaciones Sectoriales del Marketing	OP	6
			Áreas Geográficas del Comercio Internacional	OP	6
			Auditoría Interna de las Operaciones Comerciales	OP	6
			Creación de Empresas	OP	3
			Derecho del Mercado	OP	6
			Dirección Estratégica. Toma de Decisiones	OP	3
			Informática Aplicada a la Gestión Comercial II	OP	6



Grado de Comercio, Versión 2, 1906/2009.

Universidad de Valladolid \ Escuela Universitaria de Estudios Empresariales

UniversidaddeValladolid

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

ASIGNATURAS Diplomatura en CC. EMPRESARIALES Especialidad: FINANZAS	Carácter(*)	Creditos	ASIGNATURAS Grado en COMERCIO	Carácter(*)	E C T S
			Juego de Simulación Empresarial	OP	3
			Lengua Extranjera III	OP	6
			Negociación Intercultural	OP	6
			Prevención de Riesgos Laborales	OP	6
			Responsabilidad Social de la Empresa y Ética Comercial	OP	3
			Técnicas de Comunicación	OP	6
			Urbanismo Comercial	OP	3

(*)

Carácter:

OB: Asignatura obligatoria

OP: Asignatura optativa

(**)

Las asignaturas del Grado en Comercio, Historia Económica del Comercio y Lengua Extranjera I, se reconocen por su condición de básicas atendiendo a lo estipulado en el R.D. 1393/2007



Grado de Comercio, Versión 2, 1906/2009.

Universidad de Valladolid \ Escuela Universitaria de Estudios Empresariales

Universidad de Valladolid

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

ASIGNATURAS Diplomatura en CC. EMPRESARIALES Especialidad: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS			Carácter(*)	Créditos	ASIGNATURAS Grado en COMERCIO			Carácter(*)	E C T S
Derecho Mercantil	OB	6	Derecho Comercial	OB	6				
Dirección Comercial	OB	9	Fundamentos de Marketing	OB	6				
Dirección Financiera	OB	9	Dirección Financiera	OB	6				
Estadística Empresarial I	OB	6	Introducción a la Estadística	OB	6				
Economía Política I	OB	6	Introducción a la Teoría Económica	OB	6				
Economía Política II	OB	3							
Economía Española y Mundial. I	OB	9	Economía Española y Mundial	OB	6				
Economía Española y Mundial II	OB	9							
Informática Empresarial	OB	6	Informática Aplicada a la Gestión Comercial I	OB	6				
Introducción a la Contabilidad	OB	12	Fundamentos de Contabilidad Financiera	OB	6				
Matemáticas Empresariales II	OB	6	Matemáticas Comerciales	OB	6				
Organización y Administración de Empresas I	OB	6	Organización de Empresas	OB	6				
Organización y Administración de Empresas II	OB	6	Organización de Empresas	OB	6				
Contabilidad de Costes	OB	9							
Estadística Empresarial II	OB	4,5							
Introducción al Derecho	OB	3							
Introducción al Derecho del Trabajo	OB	3							
Matemáticas Empresariales I	OB	6							
Sistema Fiscal Español	OB	6							
			Análisis y Control de Gestión	OB	6				
			Comercio Electrónico	OB	6				
			Comercio Exterior	OB	6				
			Comportamiento del Consumidor	OB	6				
			Comunicación Comercial: Publicidad y Promoción de ventas	OB	6				
			Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	OB	6				
			Estadística Comercial	OB	6				
			Financiación de PYMEs y Operaciones Comerciales	OB	6				
			Fiscalidad de las Operaciones Comerciales I	OB	6				
			Fundamentos del Derecho	OB	6				
			Gestión de Ventas y Proceso Comercial	OB	6				
			Investigación de Mercados	OB	6				
(**)			Historia Económica del Comercio	OB	6				
(**)			Lengua Extranjera I	OB	6				
			Lengua Extranjera II	OB	6				
			Logística II	OB	6				
			Prácticas Externas (en Empresas o Instituciones)	OB	18				
			Trabajo Fin de Grado	OB	9				
Dirección de Operaciones	OP	9	Logística I	OB	6				
Dirección de Rec. Humanos	OP	6	Dirección de Recursos Humanos y Gestión de Fuerza de Ventas	OB	6				
Dirección Estratégica	OP	9	Dirección Estratégica. Toma de Decisiones	OP	3				
Régimen Fiscal de la Empresa	OP	6	Fiscalidad de las Operaciones Comerciales II	OP	3				
Historia Económica de la Empresa	OP	4,5							
Sociología de la Empresa	OP	6	-						
			Aplicaciones Sectoriales del Marketing	OP	6				
			Áreas Geográficas del Comercio Internacional	OP	6				
			Auditoría Interna de las Operaciones Comerciales	OP	6				
			Creación de Empresas	OP	3				
			Derecho del Mercado	OP	6				
			Informática Aplicada a la Gestión Comercial II	OP	6				
			Juego de Simulación Empresarial	OP	3				
			Lengua Extranjera III	OP	6				
			Negociación Intercultural	OP	6				
			Plan Económico y Financiero	OP	6				

VerificaMemoria1008V1.6





ASIGNATURAS Diplomatura en CC. EMPRESARIALES Especialidad: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS	Carácter (*)	Créditos	ASIGNATURAS Grado en COMERCIO	Carácter (*)	E C T S
			Prevención de Riesgos Laborales	OP	6
			Operaciones Financieras Aplicadas al Comercio	OP	6
			Responsabilidad Social de la Empresa y Ética Comercial	OP	3
			Técnicas de Comunicación	OP	6
			Urbanismo Comercial	OP	3

(*)

Carácter:

OB: Asignatura obligatoria

OP: Asignatura optativa

(**)

Las asignaturas del Grado en Comercio, Historia Económica del Comercio y Lengua Extranjera I, se reconocen por su condición de básicas atendiendo a lo estipulado en el R.D. 1393/2007



ASIGNATURAS Diplomatura en CC. EMPRESARIALES Especialidad: COMERCIO INTERNACIONAL Y LENGUAS APLICADAS	Carácter(*)	Créditos	ASIGNATURAS Grado en COMERCIO	Carácter(*)	E C T S
Derecho Mercantil	OB	6	Derecho Comercial	OB	6
Dirección Comercial	OB	9	Fundamentos de Marketing	OB	6
Dirección Financiera	OB	9	Dirección Financiera	OB	6
Economía Española y Mundial. I	OB	9	Economía Española y Mundial	OB	6
Economía Española y Mundial II	OB	9			
Economía Política I	OB	6	Introducción a la Teoría Económica	OB	6
Economía Política II	OB	3			
Estadística Empresarial I	OB	6	Introducción a la Estadística	OB	6
Informática Empresarial	OB	6	Informática Aplicada a la Gestión Comercial I	OB	6
Introducción a la Contabilidad	OB	12	Fundamentos de Contabilidad Financiera	OB	6
Matemáticas Empresariales II	OB	6	Matemáticas Comerciales	OB	6
Organización y Administración de Empresas I	OB	6	Organización de Empresas	OB	6
Organización y Administración de Empresas II	OB	6	Organización de Empresas	OB	6
Contabilidad de Costes	OB	9			
Estadística Empresarial II	OB	4,5			
Introd. al Derecho del Trabajo	OB	3			
Introducción al Derecho	OB	3			
Matemáticas Empresariales I	OB	6			
Sistema Fiscal Español	OB	6			
			Análisis y Control de Gestión	OB	6
			Comercio Electrónico	OB	6
			Comportamiento del Consumidor	OB	6
			Comunicación Comercial: Publicidad y Promoción de Ventas	OB	6
			Dirección de Recursos Humanos y Gestión de la Fuerza de Ventas	OB	6
			Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	OB	6
			Estadística Comercial	OB	6
			Financiación de PYMEs y Operaciones Comerciales	OB	6
			Fiscalidad de las Operaciones Comerciales I	OB	6
			Fundamentos del Derecho	OB	6
			Gestión de Ventas y Proceso Comercial	OB	6
			Investigación de Mercados	OB	6
(**)			Historia Económica del Comercio	OB	6
			Logística I	OB	6
			Logística II	OB	6
			Prácticas Externas (en Empresas e Instituciones)	OB	18
			Trabajo Fin de Grado	OB	9
Espacios Económicos Internacionales	OP	4,5	Áreas Geográficas del Comercio Internacional	OP	6
Francés Empresarial I	OP	12	Lengua Extranjera I	OB	6
Francés Empresarial II	OP	9	Lengua Extranjera II	OB	6
Gestión Internacional de la Empresa	OP	4,5	Lengua Extranjera III	OP	6
Inglés Empresarial I	OP	12	Negociación Intercultural	OP	6
Inglés Empresarial II	OP	9	Lengua Extranjera I	OB	6
Técnicas de Comercio Exterior y Marketing Internacional	OP	9	Lengua Extranjera II	OB	6
Comercio Internacional y Política Comercial	OP	6	Lengua Extranjera III	OP	6
Historia de las Instituciones y las Relaciones Econ. Internacionales	OP	4,5	Comercio Exterior	OB	6
			Aplicaciones Sectoriales del Marketing	OP	6
			Auditoría Interna de las Operaciones Comerciales	OP	6
			Creación de Empresas	OP	3
			Derecho del Mercado	OP	6
			Dirección Estratégica. Toma de Decisiones	OP	3
			Fiscalidad de las Operaciones Comerciales II	OP	3



ASIGNATURAS Diplomatura en CC. EMPRESARIALES Especialidad: COMERCIO INTERNACIONAL Y LENGUAS APLICADAS	Carácter(*)	Créditos	ASIGNATURAS Grado en COMERCIO	Carácter(*)	E C T S
			Informática Aplicada a la Gestión Comercial II	OP	6
			Juego de Simulación Empresarial	OP	3
			Plan Económico y Financiero	OP	6
			Prevención de Riesgos Laborales	OP	6
			Operaciones Financieras Aplicadas al Comercio	OP	6
			Responsabilidad Social de la Empresa y Ética Comercial	OP	3
			Técnicas de Comunicación	OP	6
			Urbanismo Comercial	OP	3

(*)

Carácter:

OB: Asignatura obligatoria

OP: Asignatura optativa

(**)

La asignatura del Grado en Comercio, Historia Económica del Comercio se reconoce por su condición de básica atendiendo a lo estipulado en el R.D. 1393/2007



ASIGNATURAS Diplomatura en CC. EMPRESARIALES Asignaturas OPTATIVAS NO de bloque	Carácter(*)	Creditos	ASIGNATURAS Grado en COMERCIO	Carácter(*)	E C T S
Contabilidad y Control de Gestión	OP	6	Análisis y Control de Gestión	OB	6
Derecho Civil Patrimonial	OP	6	Contratos Civiles Especiales	OP	3
Derecho Mercantil II	OP	6	Contratos Mercantiles	OP	6
Gestión de Calidad en la Empresa	OP	4,5	Gestión de la Calidad y del Medio Ambiente	OP	6
Historia Económica Contemporánea Mundial y de España	OP	6	Historia Económica del Comercio	OB	6
Macroeconomía	OP	6	Macroeconomía	OP	6
Programación Matemática Aplicada a la Empresa	OP	6	Métodos de Optimización para el Comercio	OP	6
Métodos y Programación Estadística	OP	6	Métodos y Programación Estadística	OP	6
Microeconomía	OP	6	Microeconomía	OP	6
Operaciones Financieras II	OP	4,5	Operaciones Financieras Aplicadas al Comercio	OP	6
Técnicas Multivariantes para la Investigación Comercial	OP	4,5	Técnicas Multivariantes	OP	3
Metodología Práctica de una Auditoría de Cuentas	OP	6			
Regímenes Especiales de Tributación de la Empresa	OP	4,5			
Sociología	OP	6			

(*)

Carácter:

OB: Asignatura obligatoria

OP: Asignatura optativa

10.3 Enseñanzas que se extinguen por la implantación del correspondiente título propuesto.

Con la implantación del Título de Grado en Comercio se extinguen las enseñanzas de la Diplomatura en Ciencias Empresariales que se imparte en la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de la Universidad de Valladolid, en concreto el Plan de Estudios de la Diplomatura en Ciencias Empresariales que fue publicado en B.O.E. con fecha de 15 de septiembre de 1994.



Anexos:

I Normas de permanencia.

II Empresas, Instituciones y Asociaciones que apoyan la implantación del Grado en Comercio a escala nacional, durante la primera fase de elaboración del Grado.