

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad Miguel Hernández de Elche		Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-VALENCIA)	46035070
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Máster		Marketing y Gestión Digital	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital por la Universidad Miguel Hernández de Elche			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas		No	
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN	
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
María del Carmen López Ruiz		Directora del Servicio de Gestión de Estudios	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		74195077K	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
JESUS TADEO PASTOR CIURANA		Rector	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		19865697E	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
MARÍA DEL CARMEN ACOSTA BOJ		Vicerrectora de Estudios	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		21660090R	
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO		CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO
AVda. de la Universidad, s/n		03202	Elche/Elx
E-MAIL		PROVINCIA	TELÉFONO
master@umh.es		Alicante	689580072
			FAX
			966658463

3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley 5-1999, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

	En: Alicante, a ___ de _____ de ____
	Firma: Representante legal de la Universidad

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital por la Universidad Miguel Hernández de Elche	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

LISTADO DE ESPECIALIDADES

No existen datos

RAMA	ISCED 1	ISCED 2
Ciencias Sociales y Jurídicas	Marketing y publicidad	Educación comercial y administración

NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

AGENCIA EVALUADORA

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación

UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad Miguel Hernández de Elche

LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
055	Universidad Miguel Hernández de Elche

LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60	0	9
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
6	33	12

LISTADO DE ESPECIALIDADES

ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

1.3. Universidad Miguel Hernández de Elche

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
46035070	Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-VALENCIA)

1.3.2. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-VALENCIA)

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	A DISTANCIA
Sí	No	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	
35	35	

TIEMPO COMPLETO		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	30.0	60.0
RESTO DE AÑOS	6.0	60.0
TIEMPO PARCIAL		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	18.0	30.0
RESTO DE AÑOS	6.0	30.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://estudios.umh.es/files/2015/06/Normativa-permanencia-DOCV.pdf		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
GENERALES
CG1 - Capacidad para diseñar e implantar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la gestión de la empresa.
CG2 - Capacidad para el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo formuladas sobre un entorno digital
CG3 - Aplicar los conocimientos adquiridos en marketing estratégico y gestión empresarial en un entorno predominantemente digital, con independencia del sector y/o mercado en que se opere, para generar proyectos de creación de valor en el entorno económico y social.
CG4 - Capacidad para dirigir equipos de trabajo en entornos digitales.
CG5 - Tener una actitud proactiva ante procesos de toma de decisiones y resolución de problemas que se produzcan en su labor profesional fruto de la constante innovación de procesos, productos/servicios y de organización.
CG6 - Comunicar con eficacia conocimientos y conclusiones debidamente argumentadas a públicos especializados y no especializados de forma clara, concisa y completa y usando en cada caso el canal más adecuado para cada uno de ellos.
CG7 - Formular juicios y valoraciones a partir de reflexiones fruto de la integración de conocimientos adquiridos y la información limitada disponible que rodea cualquier circunstancia y toma de decisiones profesionales.
CG8 - Capacidad para desarrollar un trabajo profesional supervisado en cualquiera ámbito específico del marketing y la gestión en un entorno empresarial digital, colaborando y aprendiendo con otros profesionales.
CG9 - Estimular la capacidad de liderazgo y de motivación que conlleva cualquier iniciativa emprendedora para su implementación adecuada, en un contexto de incertidumbre y riesgos.
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
No existen datos
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE1 - Capacidad de diseño de modelos de negocio en un entorno digital.
CE2 - Capacidad para desarrollar un estudio suficientemente complejo en alguno de los ámbitos específicos del Marketing y la Gestión de Empresas.
CE3 - Ser capaz de identificar y/o generar oportunidades de negocio o de creación de valor que le permitan desarrollar una idea viable al entorno socio-económico.
CE4 - Integrar los valores de la responsabilidad social corporativa en la proyección de las estrategias contempladas.
CE5 - Interpretar adecuadamente la estructura económica-financiera de una organización ante su adaptación a un modelo de negocio en un entorno predominantemente digital.
CE6 - Conocer y diseñar los sistemas de información y control para la dirección adecuados adaptados a los nuevos modelos de negocio.
CE7 - Identificar e implantar procesos de innovación adecuados en las organizaciones, facilitando los mecanismos para su adecuada puesta en práctica.
CE8 - Seleccionar los medios online adecuados para las acciones de publicidad y promoción de la empresa.

CE9 - Planificar e implementar estrategias y generación de contenidos en redes sociales, blogs, comunidades de vídeos, y otros medios de comunicación social.

CE10 - Ser capaz de analizar de manera avanzada la información por medio de herramientas de Business Intelligence o Big Data con el fin de realizar una mejor toma de decisiones de negocio online.

CE11 - Dominar los principales conceptos y aspectos legales básicos que engloban la jurisprudencia aplicada al entorno digital prestando especial interés en aquellas competencias básicas para el ejercicio profesional.

CE12 - Ser capaz de dirigir, coordinar y gestionar eficazmente los recursos humanos de la entidad.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

ACCESO.

EL RD 861/2010, de 2 de julio, que modifica el RD 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, en su artículo 16, establece que:

Para acceder a las enseñanzas oficiales de Máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior perteneciente a otro Estado integrante del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el mismo para el acceso a enseñanzas de Máster.

También podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de Máster.

ADMISIÓN.

En el proceso de selección de candidatos se tendrá en cuenta el expediente académico así como la idoneidad de su perfil y en segundo lugar el grado de prácticas y la experiencia laboral.

En el perfil de ingreso se dará prioridad a los candidatos que hayan cursado estudios que tengan una relación directa con los ofertados en el Máster, entendiéndose como tales los Grados y las licenciaturas relacionados con el Marketing, la Gestión Comercial, las Ciencias Empresariales, la Economía, el Derecho o estudios equivalentes.

Los titulados, cuyos estudios no guarden relación con los contenidos del Máster, deberán cursar algunas materias básicas, a juicio de ESIC, necesarias para poder seguir el desarrollo del programa. El Consejo Académico de ESIC Valencia, compuesto por el Director del Área de Postgrado, el Coordinador del Área de Postgrado y el Responsable de Admisiones de Postgrado, será el órgano competente para determinar, una vez estudiada la solicitud de ingreso, el conjunto de materias que el candidato deberá cursar. Si justifican estar en posesión de esos conocimientos fundamentales, no les será preciso cumplir este requisito.

En el proceso de selección de candidatos se tendrá en cuenta en primer lugar el expediente académico así como la idoneidad de su perfil y en segundo lugar el grado de prácticas y la experiencia laboral.

Las fases del proceso de selección serán las siguientes:

- Presentar el cuaderno de solicitud debidamente cumplimentado
- Realizar una entrevista personal con la dirección del Programa, no tiene un peso en el baremo del estudiante. La entrevista personal sirve de apoyo y asesoramiento al estudiante que quiere acceder al Máster. En ella se repasa tanto su perfil académico como laboral para ver como encaja con el perfil de ingreso de la titulación.
- Ajustarse a pruebas específicas relacionadas con la materia del Programa

Como criterios de selección se establecen las siguientes ponderaciones:

1. Expediente Académico: Tendrá un peso total del 50% de la valoración final. En él se tendrán en cuenta las calificaciones en la licenciatura o en el grado.
2. Experiencia profesional en puestos ofertados para Graduados, Licenciados o similar en áreas de Gestión y Dirección de Empresas y/o en Comunicación o relacionada con las líneas de trabajo en Digital Business, Marketing Interactivo y Publicidad y Relaciones Públicas: 2 puntos porcentuales por cada 6 meses, pudiendo tener un máximo de 40 puntos porcentuales (10 años de experiencia). En caso de haber ocupado puestos correspondientes a Técnico Superior se aplicará un factor de 0,5.
3. Pruebas específicas: corresponden a una prueba de conocimiento relacionada con el marketing y la gestión digital en la que se presenta un caso de empresa al estudiante y se le plantean una serie de cuestiones para evaluar su capacidad de comprensión y resolución ante el problema planteado. Tendrán un peso total del 10% de la valoración final.

En caso de empate entre 2 o más candidatos se considerará el criterio de los estudios relacionados en el perfil de ingreso. En el supuesto de persistencia en el empate se tendrá en consideración el criterio de presentación de la solicitud en el centro.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

Todo estudiante tiene dificultades para asimilar y moverse en el entorno universitario y por ello ESIC Valencia tiene diseñado un sistema de apoyo y orientación a estudiantes con la finalidad de facilitar la información necesaria para el desarrollo de la vida académica de los estudiantes matriculados. Los instrumentos fundamentales de este sistema de apoyo y orientación son los siguientes:

- Página Web de la Escuela (www.esic.edu) como de la Titulación (véase por ejemplo la página web del Master Universitario en Dirección de Personas y Desarrollo Organizativo <http://www.esic.edu/es/master-universitario-recursos-humanos-valencia/>): En esta página el estudiante puede acceder a toda la información de interés de ámbito de ordenación académica
- Secretaría Virtual de ESIC: donde pueden acceder a toda la información de interés de ámbito administrativo
- Aula Moodle ESIC: entorno virtual donde tendrán acceso a todos los contenidos académicos de las asignaturas

- Guía Académica: Guía virtual publicada en la web que recoge amplia información sobre los servicios del Centro y detalles sobre la programación docente del curso
- Servicio de Carreras Profesionales: Presta toda la orientación necesaria para los estudiantes durante sus estudios y para su inserción profesional. Dentro de la organización de ESIC figura el departamento de Prácticas Empresariales, que constituye uno de los entronques naturales de la Escuela con la realidad empresarial. Las Prácticas Externas para el Máster constituyen una actividad de carácter formativo a realizar por los estudiantes con la supervisión de ESIC. Se desarrollarán fundamental y preferentemente en empresas, entidades u organismos públicos o privados. ESIC mantiene relación con aproximadamente 800 empresas que reclutan perfiles que se forman o se han formado en nuestra Escuela, para incorporarlos en sus programas de prácticas o mediante relación laboral. El Campus de ESIC en Valencia gestiona cada curso académico una media de 200 prácticas empresariales, que previamente, han sido aprobadas por los responsables al responder a cada uno de los perfiles de alumnos que se forman en ESIC. El departamento de Prácticas Empresariales garantizará que la oferta de prácticas esté disponible durante el curso académico, en un número igual o superior a la cifra de estudiantes matriculados. En el caso de los alumnos de los Másteres Universitarios pueden participar en los programas de prácticas académicas externas una vez comenzado el programa académico. El procedimiento que siguen para acceder a la oferta de prácticas que gestiona ESIC comienza con la solicitud y registro en el sistema telemático que nuestra Escuela, que garantiza el cumplimiento de la LOPD, la posterior participación en el proceso de selección. El contenido del proyecto formativo de cada práctica académica externa se diseñará de forma que aseguren la relación directa del mismo con los estudios cursados y con las competencias a adquirir por el estudiante, que contará con la tutela académica de ESIC y del tutor asignado por parte de la empresa o institución donde las realice. Los horarios de las prácticas, en todo caso, serán compatibles con la actividad académica, formativa y de representación y participación desarrollada por el estudiante en ESIC. Todo ello y demás detalles, quedarán recogidos en el Convenio de Cooperación Educativa y respectivo Anexo, que es el documento en el que se regula la colaboración entre las partes para la formación práctica de los estudiantes y se formaliza al amparo de la normativa vigente sobre prácticas externas de estudiantes universitarios. La evaluación para el reconocimiento de créditos académicos correspondientes a las Prácticas Académicas Externas Curriculares se realizará atendiendo a lo previsto sobre el particular en el Plan de Estudios de la Titulación.
- Programa ESIC Emprendedores: esta es una iniciativa de la Escuela cuyo objetivo es ¿Coordinar las actividades que las diferentes áreas y campus de ESIC realizan en el impulso del emprendimiento y apoyar la ejecución de los proyectos empresariales propuestos por nuestros alumnos y antiguos alumnos¿. ESIC Emprendedores persigue aunar esfuerzos y transmitir de forma sólida el compromiso de la Escuela en el fomento de la empleabilidad de ESIC, favoreciendo tanto el autoempleo como el emprendimiento. La formación en emprendimiento conlleva, además de la adquisición de conocimientos, el desarrollo de habilidades y actitudes emprendedoras que los alumnos aplicarán en su futuro desempeño profesional, como empresarios o como profesionales dentro de las organizaciones con las que colaboren. Para el aprendizaje de estas competencias se promueven actividades curriculares y extracurriculares.
- Servicio de movilidad de estudiantes: ESIC pone a disposición de sus alumnos de Master Oficiales el Programa ERASMUS de movilidad. Nuestra institución está acreditada actualmente con la ¿ERASMUS EXTENDED UNIVERSITY CHARTER¿ (ERASMUS CODE: E Elche01) bajo los principios comprendidos en nuestro ¿Erasmus Policy Statement¿. Dentro del ámbito del espacio educativo europeo los alumnos de los grados oficiales pueden acceder a intercambios bilaterales distintas universidades. El Departamento de Relaciones Internacionales coordina un listado actualizado de los convenios firmados con instituciones educativas europeas. El acceso a dichos programas se realiza mediante la convocatoria anual

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

Con el objeto de adecuar la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la Universidad Miguel Hernández al Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, que establece modificaciones de ciertos artículos del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, que afectan al reconocimiento de créditos de estudios universitarios oficiales y vista la propuesta que formula la Vicerrectora de Estudios de la Universidad, el Consejo de Gobierno, reunido en sesión de 26 de octubre de 2011,

ACUERDA:

Aprobar la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Títulos Oficiales de Grado y Máster de la Universidad Miguel Hernández, en los términos reflejados a continuación:

NORMATIVA DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS DE LOS TÍTULOS OFICIALES DE GRADO Y MÁSTER DE LA UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE.

Preámbulo

El Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, establece modificaciones de ciertos artículos del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, que afectan al reconocimiento de créditos de estudios universitarios oficiales. Ante ello, se procede a adecuar a dichos preceptos la normativa propia de la Universidad Miguel Hernández, en adelante UMH, referente al reconocimiento y transferencia de créditos de los títulos de Grado y Máster universitario.

Artículo 1. Objeto de la presente normativa Establecer los criterios normativos referentes al reconocimiento y transferencia de créditos aplicables en la UMH, en los estudios de Grado y Máster universitario, de acuerdo a lo expresado en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

Artículo 2. Reconocimiento de créditos.

2.1. Definición de reconocimiento de créditos El artículo 6.2 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, establece que se entiende por reconocimiento la aceptación por una universidad de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en la misma u otra universidad, son computados en otras distintas a efectos de la obtención de un título oficial. Asimismo, podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales o en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos, a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. La experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también reconocida en forma de créditos, los cuales computarán a efectos de la obtención de un título oficial; siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título. En todo caso, no podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de Grado y Máster.

2.2. Criterios para el reconocimiento de créditos

2.2.1. Criterios básicos para el reconocimiento de créditos en los títulos de Grado El artículo 13 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, establece que además de lo establecido en el artículo 6 de ese Real Decreto, el reconocimiento de créditos en las enseñanzas de Grado deberán respetar las siguientes reglas básicas:

- a) Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento al menos 36 créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.
- b) 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.
- c) El resto de los créditos podrán ser reconocidos por la Universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos adquiridos, bien en otras materias o enseñanzas cursadas por el estudiante o bien asociados a una previa experiencia profesional y los previstos en el plan de estudios o que tengan carácter transversal.

2.2.2. Criterios específicos para el reconocimiento de créditos obtenidos en enseñanzas universitarias oficiales en los títulos de Grado y Máster Para poder ser reconocidos los créditos superados en cualquier asignatura o materia de enseñanzas universitarias oficiales, tanto españolas como extranjeras, deben ser tenidos en cuenta los siguientes extremos:

- a) Debe existir una adecuación entre las competencias, conocimientos, contenidos y créditos asociados a las materias o asignaturas de la enseñanza de origen y los contemplados en las asignaturas o materias de destino o bien que tengan carácter transversal.
- b) A los efectos indicados en el apartado anterior la equivalencia que debe darse para poder llevar a cabo el reconocimiento de créditos correspondientes será de al menos el 70%. c) Las asignaturas cursadas y superadas por estudiantes en otras titulaciones universitarias oficiales, tanto españolas como extranjeras, que no tengan una equivalencia con asignaturas básicas, obligatorias u optativas de los estudios de Grado en la UMH, podrán ser objeto de reconocimiento dentro de la materia *¿Competencias Transversales y Profesionales¿* siempre y cuando contribuyan a la adquisición de las competencias específicas y generales de los estudios de Grado de la UMH. Estos créditos reconocidos computarán en el expediente académico de los estudiantes con la calificación de APTO, bajo el epígrafe *¿Créditos superados en otras titulaciones universitarias oficiales españolas y extranjeras¿*.

2.3. Reconocimiento en los títulos de Grado por participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación

- a) De acuerdo al artículo 12.8 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010 de julio, se establece que, según el artículo 46.2.i) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, podrán ser objeto de reconocimiento académico por la realización de las actividades de este apartado hasta un máximo de 6 créditos del total del plan de estudios cursado.
- b) Los estudiantes que tengan reconocidos créditos relativos a las actividades indicadas en su titulación de origen deberán solicitarlo de acuerdo al procedimiento establecido en el apartado 2.7. de esta normativa.

2.4. Reconocimiento de enseñanzas superiores oficiales en los títulos de Grado y Máster Podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales en centros españoles o extranjeros, de acuerdo a los criterios establecidos en el apartado 2.2.2 de esta normativa y a la legislación vigente al efecto.

2.5. Reconocimiento de enseñanzas universitarias no oficiales en los títulos de Grado y Máster a. Los créditos superados en cualquier enseñanza universitaria no oficial referente al artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, de una universidad española podrán ser reconocidos en los mismos términos expresados en el apartado 2.2.2 de esta normativa.

b. El reconocimiento de créditos en concepto de enseñanzas no oficiales y experiencia profesional conjuntamente no podrá ser superior al 15% del total de créditos que constituye el plan de estudios.

c. No obstante lo indicado en el apartado anterior, los créditos procedentes de títulos propios podrán, excepcionalmente, ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al señalado o, en su caso, ser objeto de reconocimiento en su totalidad siempre que el correspondiente título propio haya sido extinguido por un título oficial. Esta excepción sólo cabe para los títulos propios de la UMH y, asimismo, se cumplan todos los requerimientos que establece el artículo 6.4 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio.

2.6. Reconocimiento por experiencia laboral y profesional acreditada en los títulos de Grado y Máster

- a) Podrán ser reconocidos créditos por la experiencia profesional y laboral acreditada, siempre que esté relacionada con las competencias inherentes al título correspondiente.

- b) El reconocimiento de créditos por este apartado, con carácter general, se realizará respecto a la materia ¿Competencias transversales y profesionales¿ en los estudios de Grado y en las materias ¿Optatividad del Máster¿ y/o ¿Prácticas¿ en los estudios de Máster.
- c) El período mínimo de tiempo acreditado de experiencia laboral o profesional que debe acreditar el estudiante para solicitar el reconocimiento debe ser de 3 meses a tiempo completo o su equivalente a tiempo parcial.

2.7. Procedimiento de reconocimiento de créditos en los títulos de Grado y Máster.

2.7.1. Solicitud de reconocimiento de créditos.

- a) El estudiante debe solicitar el reconocimiento de créditos en el Centro de Gestión de Campus correspondiente.
- b) La documentación que se debe acompañar a la solicitud es la siguiente:
 - 1. Estudiante procedente de estudios superiores oficiales españoles: Programas o guías docentes de las asignaturas superadas en la titulación de origen. Certificado académico personal o suplemento europeo al título en su caso. En el caso de estudios extranjeros la documentación debe estar legalizada y traducida al español por traductor jurado. No se exige ningún tipo de legalización para los documentos si el país de origen es Suiza o pertenece a la Unión Europea o al Espacio Económico Europeo.
 - 2. La acreditación de la experiencia profesional y laboral, podrá acreditarse mediante la aportación de la siguiente documentación: Informe de la vida laboral. Certificado de la empresa u organismo en el que se refleje la actividad realizada por el estudiante y el período de tiempo de ejercicio, en el que se pueda constatar que la antigüedad laboral en el grupo de cotización que el solicitante considere, guarda relación con las competencias previstas en los estudios correspondientes. En el caso que no se pueda aportar por cierre patronal de la empresa, se presentará el contrato de trabajo correspondiente, que podrá ser considerado siempre que se pueda obtener del mismo la información necesaria sobre las competencias adquiridas. Si el estudiante ha realizado actividades en el Régimen General de Trabajadores Autónomos, se acreditará el epígrafe del Impuesto de Actividades Económicas (IAE). Certificado de estar colegiado en ejercicio, en su caso. Certificado censal de la Agencia Estatal de Administración Tributaria en el caso de que el estudiante ejerza como liberal no dado de alta como autónomo.
 - 3. Estudiante que ha cursado enseñanzas universitarias no oficiales: Programas de las asignaturas superadas en el título propio. Certificado académico expedido por la universidad que aprobó el título propio.
- c) Las solicitudes de reconocimiento de créditos serán resueltas por el presidente de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos, previo informe del Decano o Director correspondiente en su caso.
- d) El plazo de resolución de reconocimiento de créditos será establecido en el calendario académico de la universidad, no siendo nunca superior al 22 de diciembre del correspondiente curso académico.
- e) La notificación de la resolución de la solicitud se efectuará al estudiante mediante aviso en su cuenta de correo institucional.
- f) Las solicitudes de reconocimiento de créditos de aquellos estudiantes de la UMH de títulos en proceso de extinción, que continúen sus estudios en el título de Grado equivalente serán resueltas de acuerdo al procedimiento administrativo establecido al efecto.

2.7.2. Efectos del reconocimiento de créditos.

- 1. Los créditos reconocidos serán incorporados en el expediente del estudiante mediante indicación en la asignatura, del plan de estudios del título de la UMH que no deba ser cursada por el estudiante, del término ¿reconocido¿ y la calificación previamente obtenida en la titulación de origen. En el caso de que el reconocimiento de créditos se realice por varias asignaturas del título de origen, la calificación que se reflejará en el expediente del estudiante será la media ponderada de las notas consideradas en función de los créditos de las asignaturas. En el caso de que las calificaciones aportadas por el estudiante se encuentren reflejadas de modo literal, se establecerán las siguientes equivalencias: Nota literal Calificación UMH Aprobado 6 Notable 8 Sobresaliente 9,5 Matrícula de Honor 10
- 2. Asimismo, se deberá hacer mención en el expediente del estudiante de la Universidad, Facultad o Escuela y título de origen donde el estudiante ha superado los créditos reconocidos.
- 3. Los créditos reconocidos por actividades universitarias, experiencia laboral o profesional y títulos propios universitarios no oficiales, no dispondrán de calificación y, por tanto, no serán considerados para establecer la nota media del expediente del estudiante.
- 4. La UMH habilitará los procedimientos necesarios de automatización del reconocimiento de créditos.

2.7.3. Recurso de las resoluciones de reconocimiento de créditos Contra una resolución de reconocimiento de créditos, el estudiante podrá presentar recurso potestativo de reposición ante el Rector en el plazo de un mes contado a partir del día siguiente al de la recepción de la notificación de la resolución. Éste será resuelto por el Vicerrector competente por delegación del Rector.

Artículo 3. Transferencia de créditos

3.1. Definición de transferencia de créditos El art. 6.6 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, expresa que ¿la transferencia de créditos implica que, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, se incluirán la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial¿.

3.2. Solicitud de transferencia de créditos

- 1. La transferencia de créditos se realizará a petición del estudiante una vez que éste haya superado al menos el 50% de los créditos de la enseñanza en la que está matriculado.
- 2. En el caso de que el estudiante haya finalizados sus estudios no podrá solicitar la transferencia de créditos.
- 3. La documentación necesaria que debe aportar el estudiante es la siguiente: Certificación académica personal emitida por la Universidad de procedencia. En el caso de estudios extranjeros la documentación debe estar legalizada y

traducida al español por traductor jurado. No se exige ningún tipo de legalización si el país de origen es Suiza o pertenece a la Unión Europea o al Espacio Económico Europeo.

4. En el caso de que la titulación de origen sea de la UMH no cabrá que el estudiante aporte ningún documento en su solicitud.

5. La UMH establecerá el procedimiento administrativo de solicitud de transferencia de créditos e incorporación de los créditos transferidos en el expediente del estudiante de acuerdo a los siguientes criterios:

- a. La información incorporada en el expediente del estudiante será transcripción literal de lo indicado en la certificación académica oficial.
- b. La información que debe aparecer es la siguiente: universidad de origen, titulación de origen, nombre de la asignatura, número de créditos, tipo de asignatura, calificación y curso académico.
- c. Podrán transferirse los créditos reconocidos en su titulación de origen en concepto de experiencia laboral y profesional, actividades universitarias o títulos propios que no hayan sido objeto de reconocimiento en la titulación de destino de la UMH.
- d. Se notificará al estudiante en su cuenta de correo electrónico institucional la incorporación de los créditos transferidos en su expediente.
- e. El estudiante podrá subsanar los errores materiales que pudieran existir dirigiendo un escrito a la unidad administrativa competente.
- f. No habrá renuncia a los créditos transferidos.

Artículo 4. Incorporación de los créditos obtenidos en el Suplemento Europeo al Título De acuerdo a lo establecido en el art. 6.7 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, ¿todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursados en cualquier universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente título, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título¿.

Artículo 5. Centros Adscritos Los directores de los Centros Adscritos a la UMH deberán emitir informe de reconocimiento de créditos de sus estudiantes de títulos oficiales. Estos informes deberán ser remitidos al Vicerrectorado competente para su resolución y notificación posterior al Centro Adscrito. Los Centros Adscritos establecerán los procedimientos que consideren pertinentes para la transferencia de créditos de sus estudiantes.

Disposición transitoria primera Los títulos oficiales no adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior se regirán por las normativas aplicables a esos estudios.

Disposición derogatoria Queda derogada la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la UMH, aprobada por Consejo de Gobierno, reunido en sesión de 14 de enero de 2009.

Disposición final La presente normativa entrará en vigor al día siguiente al de su aprobación por el Consejo de Gobierno.

~~El reconocimiento de créditos se refiere a la materia de ¿Prácticas Externas¿.

Atendiendo al REGLAMENTO DE PRÁCTICAS ACADÉMICAS EXTERNAS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE ESIC, podrán ser reconocidas como Prácticas Académicas Externas Curriculares las actividades y competencias desarrolladas por los estudiantes de titulaciones de Grado y Máster en empresas o entidades, cuando el estudiante haya disfrutado de Prácticas Académicas Externas Extracurriculares o cuando entre el estudiante y la entidad exista o haya existido relación laboral o contractual, y las referidas actividades se ajusten, en tiempo y contenido, al programa de ¿Prácticas Externas¿ de la titulación correspondiente.

En el caso de Títulos oficiales de Máster, la duración será la contenida en los correspondientes planes de estudio.

A tal efecto, el estudiante solicitará el reconocimiento al departamento de Prácticas Empresariales en los plazos correspondientes, aportando la documentación necesaria, que recogerá el número de horas y la actividad desarrollada.

4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS

En el perfil de ingreso se priorizará a los candidatos que hayan cursado estudios que tengan una relación directa con los ofertados en el Máster, entendiéndose como tales los Grados y las licenciaturas relacionados con el Marketing, la Gestión Comercial, las Ciencias Empresariales, la Economía, el Derecho o estudios equivalentes.

No obstante, y según dicta el eL RD 861/2010, de 2 de julio, que modifica el RD 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, en su artículo 16, para acceder a las enseñanzas oficiales de Máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior perteneciente a otro Estado integrante del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el mismo para el acceso a enseñanzas de Máster. Asimismo, también podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado.

Es por ello que los titulados, cuyos estudios no guarden relación con los contenidos del Máster, deberán cursar algunas materias básicas, a juicio de ESIC, necesarias para poder seguir el desarrollo del programa. Estas materias se centrarán en las áreas en las que la experiencia nos dicta que los alumnos tienen una mayor carencia:

- Fundamentos de Marketing
- Análisis económico financiero

Ambos complementos formativos, de máximo 10 horas de duración, se impartirán durante el primer mes lectivo del máster en horario fuera del horario habitual de las clases del máster para facilitar la asistencia a los mismos. Se permitirá asimismo asistir voluntariamente a dichas sesiones a todo estudiante matriculado en el Máster.

Fundamentos de marketing: primer semestre

Contenidos: Proceso de Marketing en Productos y Servicios: fundamentos y planificación estratégica. El precio como instrumento del marketing. El plan de marketing. Segmentación de Mercados.

Resultados de aprendizaje: Conocer las bases teóricas e ideológicas del marketing. Poder establecer la diferencia entre marketing estratégico y marketing operativo. Reconocer la importancia del papel del marketing para la economía y para la empresa. Conocer las fases de la implementación del marketing en las empresas

Clases teóricas 8 horas, presencialidad 100%

Clases prácticas 7 horas, presencialidad 100%

Tutorías 2 horas, presencialidad 50%

Preparación de clases, estudio y elaboración de trabajos: 24 horas, presencialidad 0%

Metodología docente:lección magistral, aprendizaje cooperativo, aprendizaje basado en casos.

Evaluación continua: ponderación mínima10 máxima 100

Análisis económico-financiero: primer semestre

Contenidos: Análisis y Diagnóstico Económico Financiero. Finanzas para gestión

Resultados de aprendizaje: Comprender los estados financieros. Analizar y determinar la situación económica de la empresa. Construir el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias. Identificar las desviaciones y situaciones negativas en el plano económico de la empresa.

Clases teóricas 8 horas, presencialidad 100%

Clases prácticas 7 horas, presencialidad 100%

Tutorías 2 horas, presencialidad 50%

Preparación de clases, estudio y elaboración de trabajos: 24 horas, presencialidad 0%

Metodología docente:lección magistral, aprendizaje cooperativo, aprendizaje basado en casos.

Evaluación continua: ponderación mínima10 máxima 100

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 5: Anexo 1.		
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
Tareas dirigidas: clases teóricas		
Tareas dirigidas: clases prácticas		
Tareas compartidas: seminarios		
Tareas compartidas: trabajos en grupo		
Tareas compartidas: tutorías		
Tareas autónomas: preparación clases, estudio y elaboración de trabajos		
Tareas autónomas: otras actividades		
Prácticas externas		
Elaboración TFM		
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Expositivo/Lección magistral		
Estudio de casos		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje orientado a proyectos		
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Evaluación continua		
Examen tipo test		
Resolución de casos prácticos		
Informe tutor interno de prácticas		
Informe tutor externo de prácticas		
Informe Departamento de Carreras profesionales		
Defensa oral		
Evaluación de la idea, realización práctica y documentación del trabajo		
Capacidad de síntesis en la presentación y coherencia en la argumentación		
Evaluación continua basada en las tutorías		
5.5 NIVEL 1: Módulo obligatorio		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Dirección de empresas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA

Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Planificación estratégica de la empresa; Cuadro de mando integral; Diagnóstico económico-financiero; Acercamiento a la realidad empresarial. La responsabilidad social empresarial: profesionales de reconocido prestigio en sus áreas trabajen con los alumnos casos reales de empresa donde se ponga en práctica en un entorno real aquellos contenidos que se han trabajado en la materia.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad para diseñar e implantar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la gestión de la empresa.		
CG2 - Capacidad para el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo formuladas sobre un entorno digital		
CG3 - Aplicar los conocimientos adquiridos en marketing estratégico y gestión empresarial en un entorno predominantemente digital, con independencia del sector y/o mercado en que se opere, para generar proyectos de creación de valor en el entorno económico y social.		
CG4 - Capacidad para dirigir equipos de trabajo en entornos digitales.		
CG5 - Tener una actitud proactiva ante procesos de toma de decisiones y resolución de problemas que se produzcan en su labor profesional fruto de la constante innovación de procesos, productos/servicios y de organización.		
CG6 - Comunicar con eficacia conocimientos y conclusiones debidamente argumentadas a públicos especializados y no especializados de forma clara, concisa y completa y usando en cada caso el canal más adecuado para cada uno de ellos.		
CG7 - Formular juicios y valoraciones a partir de reflexiones fruto de la integración de conocimientos adquiridos y la información limitada disponible que rodea cualquier circunstancia y toma de decisiones profesionales.		
CG9 - Estimular la capacidad de liderazgo y de motivación que conlleva cualquier iniciativa emprendedora para su implementación adecuada, en un contexto de incertidumbre y riesgos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad de diseño de modelos de negocio en un entorno digital.		
CE2 - Capacidad para desarrollar un estudio suficientemente complejo en alguno de los ámbitos específicos del Marketing y la Gestión de Empresas.		
CE3 - Ser capaz de identificar y/o generar oportunidades de negocio o de creación de valor que le permitan desarrollar una idea viable al entorno socio-económico.		
CE4 - Integrar los valores de la responsabilidad social corporativa en la proyección de las estrategias contempladas.		
CE5 - Interpretar adecuadamente la estructura económica-financiera de una organización ante su adaptación a un modelo de negocio en un entorno predominantemente digital.		
CE6 - Conocer y diseñar los sistemas de información y control para la dirección adecuados adaptados a los nuevos modelos de negocio.		
CE7 - Identificar e implantar procesos de innovación adecuados en las organizaciones, facilitando los mecanismos para su adecuada puesta en práctica.		
CE11 - Dominar los principales conceptos y aspectos legales básicos que engloban la jurisprudencia aplicada al entorno digital prestando especial interés en aquellas competencias básicas para el ejercicio profesional.		

CE12 - Ser capaz de dirigir, coordinar y gestionar eficazmente los recursos humanos de la entidad.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	20	100
Tareas compartidas: seminarios	10	100
Tareas compartidas: trabajos en grupo	40	0
Tareas compartidas: tutorías	10	50
Tareas autónomas: preparación clases, estudio y elaboración de trabajos	70	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Expositivo/Lección magistral		
Estudio de casos		
Aprendizaje cooperativo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación continua	5.0	10.0
Examen tipo test	30.0	50.0
Resolución de casos prácticos	30.0	50.0
NIVEL 2: Marketing estratégico		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Plan de marketing; Neuromarketing; Acercamiento a la realidad empresarial: profesionales de reconocido prestigio en sus áreas trabajen con los alumnos casos reales de empresa donde se ponga en práctica en un entorno real aquellos contenidos que se han trabajado en la materia.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		

5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad para diseñar e implantar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la gestión de la empresa.		
CG2 - Capacidad para el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo formuladas sobre un entorno digital		
CG3 - Aplicar los conocimientos adquiridos en marketing estratégico y gestión empresarial en un entorno predominantemente digital, con independencia del sector y/o mercado en que se opere, para generar proyectos de creación de valor en el entorno económico y social.		
CG4 - Capacidad para dirigir equipos de trabajo en entornos digitales.		
CG5 - Tener una actitud proactiva ante procesos de toma de decisiones y resolución de problemas que se produzcan en su labor profesional fruto de la constante innovación de procesos, productos/servicios y de organización.		
CG6 - Comunicar con eficacia conocimientos y conclusiones debidamente argumentadas a públicos especializados y no especializados de forma clara, concisa y completa y usando en cada caso el canal más adecuado para cada uno de ellos.		
CG7 - Formular juicios y valoraciones a partir de reflexiones fruto de la integración de conocimientos adquiridos y la información limitada disponible que rodea cualquier circunstancia y toma de decisiones profesionales.		
CG9 - Estimular la capacidad de liderazgo y de motivación que conlleva cualquier iniciativa emprendedora para su implementación adecuada, en un contexto de incertidumbre y riesgos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad de diseño de modelos de negocio en un entorno digital.		
CE2 - Capacidad para desarrollar un estudio suficientemente complejo en alguno de los ámbitos específicos del Marketing y la Gestión de Empresas.		
CE3 - Ser capaz de identificar y/o generar oportunidades de negocio o de creación de valor que le permitan desarrollar una idea viable al entorno socio-económico.		
CE4 - Integrar los valores de la responsabilidad social corporativa en la proyección de las estrategias contempladas.		
CE5 - Interpretar adecuadamente la estructura económica-financiera de una organización ante su adaptación a un modelo de negocio en un entorno predominantemente digital.		
CE7 - Identificar e implantar procesos de innovación adecuados en las organizaciones, facilitando los mecanismos para su adecuada puesta en práctica.		
CE8 - Seleccionar los medios online adecuados para las acciones de publicidad y promoción de la empresa.		
CE9 - Planificar e implementar estrategias y generación de contenidos en redes sociales, blogs, comunidades de vídeos, y otros medios de comunicación social.		
CE11 - Dominar los principales conceptos y aspectos legales básicos que engloban la jurisprudencia aplicada al entorno digital prestando especial interés en aquellas competencias básicas para el ejercicio profesional.		
CE12 - Ser capaz de dirigir, coordinar y gestionar eficazmente los recursos humanos de la entidad.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	20	100
Tareas compartidas: seminarios	10	100
Tareas compartidas: trabajos en grupo	40	0
Tareas compartidas: tutorías	10	50
Tareas autónomas: preparación clases, estudio y elaboración de trabajos	70	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Expositivo/Lección magistral		
Estudio de casos		

Aprendizaje cooperativo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación continua	5.0	10.0
Examen tipo test	30.0	50.0
Resolución de casos prácticos	30.0	50.0
NIVEL 2: Inteligencia competitiva		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Marketing Science; La inteligencia competitiva; Big data; Acercamiento a la realidad empresarial: profesionales de reconocido prestigio en sus áreas trabajen con los alumnos casos reales de empresa donde se ponga en práctica en un entorno real aquellos contenidos que se han trabajado en la materia.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad para diseñar e implantar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la gestión de la empresa.		
CG2 - Capacidad para el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo formuladas sobre un entorno digital		
CG3 - Aplicar los conocimientos adquiridos en marketing estratégico y gestión empresarial en un entorno predominantemente digital, con independencia del sector y/o mercado en que se opere, para generar proyectos de creación de valor en el entorno económico y social.		
CG4 - Capacidad para dirigir equipos de trabajo en entornos digitales.		
CG5 - Tener una actitud proactiva ante procesos de toma de decisiones y resolución de problemas que se produzcan en su labor profesional fruto de la constante innovación de procesos, productos/servicios y de organización.		
CG6 - Comunicar con eficacia conocimientos y conclusiones debidamente argumentadas a públicos especializados y no especializados de forma clara, concisa y completa y usando en cada caso el canal más adecuado para cada uno de ellos.		

CG7 - Formular juicios y valoraciones a partir de reflexiones fruto de la integración de conocimientos adquiridos y la información limitada disponible que rodea cualquier circunstancia y toma de decisiones profesionales.		
CG9 - Estimular la capacidad de liderazgo y de motivación que conlleva cualquier iniciativa emprendedora para su implementación adecuada, en un contexto de incertidumbre y riesgos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad de diseño de modelos de negocio en un entorno digital.		
CE2 - Capacidad para desarrollar un estudio suficientemente complejo en alguno de los ámbitos específicos del Marketing y la Gestión de Empresas.		
CE3 - Ser capaz de identificar y/o generar oportunidades de negocio o de creación de valor que le permitan desarrollar una idea viable al entorno socio-económico.		
CE4 - Integrar los valores de la responsabilidad social corporativa en la proyección de las estrategias contempladas.		
CE5 - Interpretar adecuadamente la estructura económica-financiera de una organización ante su adaptación a un modelo de negocio en un entorno predominantemente digital.		
CE6 - Conocer y diseñar los sistemas de información y control para la dirección adecuados adaptados a los nuevos modelos de negocio.		
CE10 - Ser capaz de analizar de manera avanzada la información por medio de herramientas de Business Intelligence o Big Data con el fin de realizar una mejor toma de decisiones de negocio online.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	20	100
Tareas compartidas: seminarios	10	100
Tareas compartidas: trabajos en grupo	40	0
Tareas compartidas: tutorías	10	50
Tareas autónomas: preparación clases, estudio y elaboración de trabajos	70	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Expositivo/Lección magistral		
Estudio de casos		
Aprendizaje cooperativo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación continua	5.0	10.0
Examen tipo test	30.0	50.0
Resolución de casos prácticos	30.0	50.0
NIVEL 2: Medios digitales actuales y emergentes		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9

ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
E-mail marketing; Plan de Social Media; Marketing de afiliación; Acercamiento a la realidad empresarial: profesionales de reconocido prestigio en sus áreas trabajen con los alumnos casos reales de empresa donde se ponga en práctica en un entorno real aquellos contenidos que se han trabajado en la materia.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad para diseñar e implantar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la gestión de la empresa.		
CG2 - Capacidad para el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo formuladas sobre un entorno digital		
CG3 - Aplicar los conocimientos adquiridos en marketing estratégico y gestión empresarial en un entorno predominantemente digital, con independencia del sector y/o mercado en que se opere, para generar proyectos de creación de valor en el entorno económico y social.		
CG4 - Capacidad para dirigir equipos de trabajo en entornos digitales.		
CG5 - Tener una actitud proactiva ante procesos de toma de decisiones y resolución de problemas que se produzcan en su labor profesional fruto de la constante innovación de procesos, productos/servicios y de organización.		
CG6 - Comunicar con eficacia conocimientos y conclusiones debidamente argumentadas a públicos especializados y no especializados de forma clara, concisa y completa y usando en cada caso el canal más adecuado para cada uno de ellos.		
CG9 - Estimular la capacidad de liderazgo y de motivación que conlleva cualquier iniciativa emprendedora para su implementación adecuada, en un contexto de incertidumbre y riesgos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Capacidad para desarrollar un estudio suficientemente complejo en alguno de los ámbitos específicos del Marketing y la Gestión de Empresas.		
CE4 - Integrar los valores de la responsabilidad social corporativa en la proyección de las estrategias contempladas.		
CE8 - Seleccionar los medios online adecuados para las acciones de publicidad y promoción de la empresa.		
CE9 - Planificar e implementar estrategias y generación de contenidos en redes sociales, blogs, comunidades de vídeos, y otros medios de comunicación social.		
CE11 - Dominar los principales conceptos y aspectos legales básicos que engloban la jurisprudencia aplicada al entorno digital prestando especial interés en aquellas competencias básicas para el ejercicio profesional.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	20	100

Tareas compartidas: seminarios	10	100
Tareas compartidas: trabajos en grupo	40	0
Tareas compartidas: tutorías	10	50
Tareas autónomas: preparación clases, estudio y elaboración de trabajos	70	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Expositivo/Lección magistral		
Estudio de casos		
Aprendizaje cooperativo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación continua	5.0	10.0
Examen tipo test	30.0	50.0
Resolución de casos prácticos	30.0	50.0
NIVEL 2: Comercio electrónico		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
4,5		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Plan estratégico de comercio electrónico; Herramientas para el comercio electrónico; E-commerce e internacionalización; Acercamiento a la realidad empresarial: profesionales de reconocido prestigio en sus áreas trabajen con los alumnos casos reales de empresa donde se ponga en práctica en un entorno real aquellos contenidos que se han trabajado en la materia.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad para diseñar e implantar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la gestión de la empresa.		
CG2 - Capacidad para el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo formuladas sobre un entorno digital		

CG3 - Aplicar los conocimientos adquiridos en marketing estratégico y gestión empresarial en un entorno predominantemente digital, con independencia del sector y/o mercado en que se opere, para generar proyectos de creación de valor en el entorno económico y social.		
CG4 - Capacidad para dirigir equipos de trabajo en entornos digitales.		
CG5 - Tener una actitud proactiva ante procesos de toma de decisiones y resolución de problemas que se produzcan en su labor profesional fruto de la constante innovación de procesos, productos/servicios y de organización.		
CG6 - Comunicar con eficacia conocimientos y conclusiones debidamente argumentadas a públicos especializados y no especializados de forma clara, concisa y completa y usando en cada caso el canal más adecuado para cada uno de ellos.		
CG9 - Estimular la capacidad de liderazgo y de motivación que conlleva cualquier iniciativa emprendedora para su implementación adecuada, en un contexto de incertidumbre y riesgos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Capacidad para desarrollar un estudio suficientemente complejo en alguno de los ámbitos específicos del Marketing y la Gestión de Empresas.		
CE4 - Integrar los valores de la responsabilidad social corporativa en la proyección de las estrategias contempladas.		
CE11 - Dominar los principales conceptos y aspectos legales básicos que engloban la jurisprudencia aplicada al entorno digital prestando especial interés en aquellas competencias básicas para el ejercicio profesional.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	20	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	15	100
Tareas compartidas: seminarios	10	100
Tareas compartidas: trabajos en grupo	30	0
Tareas compartidas: tutorías	10	50
Tareas autónomas: preparación clases, estudio y elaboración de trabajos	50	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Expositivo/Lección magistral		
Estudio de casos		
Aprendizaje cooperativo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación continua	5.0	10.0
Examen tipo test	30.0	50.0
Resolución de casos prácticos	30.0	50.0
NIVEL 2: Web marketing: usabilidad y SEO		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
4,5		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Métricas de web marketing; Sistemas de gestión de contenidos; Posicionamiento web; Acercamiento a la realidad empresarial; profesionales de reconocido prestigio en sus áreas trabajen con los alumnos casos reales de empresa donde se ponga en práctica en un entorno real aquellos contenidos que se han trabajado en la materia.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad para diseñar e implantar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la gestión de la empresa.		
CG2 - Capacidad para el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo formuladas sobre un entorno digital		
CG3 - Aplicar los conocimientos adquiridos en marketing estratégico y gestión empresarial en un entorno predominantemente digital, con independencia del sector y/o mercado en que se opere, para generar proyectos de creación de valor en el entorno económico y social.		
CG4 - Capacidad para dirigir equipos de trabajo en entornos digitales.		
CG5 - Tener una actitud proactiva ante procesos de toma de decisiones y resolución de problemas que se produzcan en su labor profesional fruto de la constante innovación de procesos, productos/servicios y de organización.		
CG6 - Comunicar con eficacia conocimientos y conclusiones debidamente argumentadas a públicos especializados y no especializados de forma clara, concisa y completa y usando en cada caso el canal más adecuado para cada uno de ellos.		
CG9 - Estimular la capacidad de liderazgo y de motivación que conlleva cualquier iniciativa emprendedora para su implementación adecuada, en un contexto de incertidumbre y riesgos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Capacidad para desarrollar un estudio suficientemente complejo en alguno de los ámbitos específicos del Marketing y la Gestión de Empresas.		
CE4 - Integrar los valores de la responsabilidad social corporativa en la proyección de las estrategias contempladas.		
CE8 - Seleccionar los medios online adecuados para las acciones de publicidad y promoción de la empresa.		
CE9 - Planificar e implementar estrategias y generación de contenidos en redes sociales, blogs, comunidades de vídeos, y otros medios de comunicación social.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	20	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	15	100
Tareas compartidas: seminarios	10	100
Tareas compartidas: trabajos en grupo	30	0
Tareas compartidas: tutorías	10	50

Tareas autónomas: preparación clases, estudio y elaboración de trabajos	50	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Expositivo/Lección magistral		
Estudio de casos		
Aprendizaje cooperativo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación continua	5.0	10.0
Examen tipo test	30.0	50.0
Resolución de casos prácticos	30.0	50.0
5.5 NIVEL 1: Módulo optativo		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Nuevos modelos de negocio en el ámbito digital		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Generación de modelos de negocio; Emprendimiento; Gestión y desarrollo de proyectos de innovación Online; Acercamiento a la realidad empresarial: profesionales de reconocido prestigio en sus áreas trabajen con los alumnos casos reales de empresa donde se ponga en práctica en un entorno real aquellos contenidos que se han trabajado en la materia.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad para diseñar e implantar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la gestión de la empresa.		

CG2 - Capacidad para el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo formuladas sobre un entorno digital		
CG3 - Aplicar los conocimientos adquiridos en marketing estratégico y gestión empresarial en un entorno predominantemente digital, con independencia del sector y/o mercado en que se opere, para generar proyectos de creación de valor en el entorno económico y social.		
CG4 - Capacidad para dirigir equipos de trabajo en entornos digitales.		
CG5 - Tener una actitud proactiva ante procesos de toma de decisiones y resolución de problemas que se produzcan en su labor profesional fruto de la constante innovación de procesos, productos/servicios y de organización.		
CG6 - Comunicar con eficacia conocimientos y conclusiones debidamente argumentadas a públicos especializados y no especializados de forma clara, concisa y completa y usando en cada caso el canal más adecuado para cada uno de ellos.		
CG7 - Formular juicios y valoraciones a partir de reflexiones fruto de la integración de conocimientos adquiridos y la información limitada disponible que rodea cualquier circunstancia y toma de decisiones profesionales.		
CG9 - Estimular la capacidad de liderazgo y de motivación que conlleva cualquier iniciativa emprendedora para su implementación adecuada, en un contexto de incertidumbre y riesgos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad de diseño de modelos de negocio en un entorno digital.		
CE2 - Capacidad para desarrollar un estudio suficientemente complejo en alguno de los ámbitos específicos del Marketing y la Gestión de Empresas.		
CE3 - Ser capaz de identificar y/o generar oportunidades de negocio o de creación de valor que le permitan desarrollar una idea viable al entorno socio-económico.		
CE4 - Integrar los valores de la responsabilidad social corporativa en la proyección de las estrategias contempladas.		
CE5 - Interpretar adecuadamente la estructura económica-financiera de una organización ante su adaptación a un modelo de negocio en un entorno predominantemente digital.		
CE6 - Conocer y diseñar los sistemas de información y control para la dirección adecuados adaptados a los nuevos modelos de negocio.		
CE7 - Identificar e implantar procesos de innovación adecuados en las organizaciones, facilitando los mecanismos para su adecuada puesta en práctica.		
CE11 - Dominar los principales conceptos y aspectos legales básicos que engloban la jurisprudencia aplicada al entorno digital prestando especial interés en aquellas competencias básicas para el ejercicio profesional.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	20	100
Tareas compartidas: seminarios	10	100
Tareas compartidas: trabajos en grupo	40	0
Tareas compartidas: tutorías	10	50
Tareas autónomas: preparación clases, estudio y elaboración de trabajos	70	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Expositivo/Lección magistral		
Estudio de casos		
Aprendizaje cooperativo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación continua	5.0	10.0
Examen tipo test	30.0	50.0
Resolución de casos prácticos	30.0	50.0

NIVEL 2: Metodología de investigación en ciencias sociales y jurídicas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Introducción al método científico y ética en la actividad investigadora; Fuentes de información; Financiación de la investigación; Difusión de resultados; Carrera profesional investigadora; Diseño de estudios y análisis de datos		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Capacidad para el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo formuladas sobre un entorno digital		
CG3 - Aplicar los conocimientos adquiridos en marketing estratégico y gestión empresarial en un entorno predominantemente digital, con independencia del sector y/o mercado en que se opere, para generar proyectos de creación de valor en el entorno económico y social.		
CG4 - Capacidad para dirigir equipos de trabajo en entornos digitales.		
CG5 - Tener una actitud proactiva ante procesos de toma de decisiones y resolución de problemas que se produzcan en su labor profesional fruto de la constante innovación de procesos, productos/servicios y de organización.		
CG6 - Comunicar con eficacia conocimientos y conclusiones debidamente argumentadas a públicos especializados y no especializados de forma clara, concisa y completa y usando en cada caso el canal más adecuado para cada uno de ellos.		
CG7 - Formular juicios y valoraciones a partir de reflexiones fruto de la integración de conocimientos adquiridos y la información limitada disponible que rodea cualquier circunstancia y toma de decisiones profesionales.		
CG8 - Capacidad para desarrollar un trabajo profesional supervisado en cualquiera ámbito específico del marketing y la gestión en un entorno empresarial digital, colaborando y aprendiendo con otros profesionales.		
CG9 - Estimular la capacidad de liderazgo y de motivación que conlleva cualquier iniciativa emprendedora para su implementación adecuada, en un contexto de incertidumbre y riesgos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		

No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Capacidad para desarrollar un estudio suficientemente complejo en alguno de los ámbitos específicos del Marketing y la Gestión de Empresas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	20	100
Tareas compartidas: seminarios	10	100
Tareas compartidas: trabajos en grupo	40	0
Tareas compartidas: tutorías	10	50
Tareas autónomas: preparación clases, estudio y elaboración de trabajos	70	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Expositivo/Lección magistral		
Estudio de casos		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje orientado a proyectos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación continua	5.0	10.0
Defensa oral	10.0	90.0
5.5 NIVEL 1: Módulo de prácticas		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Prácticas externas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	9	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	9	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Las prácticas constituyen una parte fundamental en la formación recibida ya que favorece la asimilación de contenidos del master dentro de la propia realidad empresarial.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad para diseñar e implantar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la gestión de la empresa.		
CG2 - Capacidad para el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo formuladas sobre un entorno digital		
CG3 - Aplicar los conocimientos adquiridos en marketing estratégico y gestión empresarial en un entorno predominantemente digital, con independencia del sector y/o mercado en que se opere, para generar proyectos de creación de valor en el entorno económico y social.		
CG4 - Capacidad para dirigir equipos de trabajo en entornos digitales.		
CG5 - Tener una actitud proactiva ante procesos de toma de decisiones y resolución de problemas que se produzcan en su labor profesional fruto de la constante innovación de procesos, productos/servicios y de organización.		
CG6 - Comunicar con eficacia conocimientos y conclusiones debidamente argumentadas a públicos especializados y no especializados de forma clara, concisa y completa y usando en cada caso el canal más adecuado para cada uno de ellos.		
CG7 - Formular juicios y valoraciones a partir de reflexiones fruto de la integración de conocimientos adquiridos y la información limitada disponible que rodea cualquier circunstancia y toma de decisiones profesionales.		
CG8 - Capacidad para desarrollar un trabajo profesional supervisado en cualquiera ámbito específico del marketing y la gestión en un entorno empresarial digital, colaborando y aprendiendo con otros profesionales.		
CG9 - Estimular la capacidad de liderazgo y de motivación que conlleva cualquier iniciativa emprendedora para su implementación adecuada, en un contexto de incertidumbre y riesgos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad de diseño de modelos de negocio en un entorno digital.		
CE2 - Capacidad para desarrollar un estudio suficientemente complejo en alguno de los ámbitos específicos del Marketing y la Gestión de Empresas.		
CE3 - Ser capaz de identificar y/o generar oportunidades de negocio o de creación de valor que le permitan desarrollar una idea viable al entorno socio-económico.		
CE4 - Integrar los valores de la responsabilidad social corporativa en la proyección de las estrategias contempladas.		
CE5 - Interpretar adecuadamente la estructura económica-financiera de una organización ante su adaptación a un modelo de negocio en un entorno predominantemente digital.		
CE7 - Identificar e implantar procesos de innovación adecuados en las organizaciones, facilitando los mecanismos para su adecuada puesta en práctica.		
CE9 - Planificar e implementar estrategias y generación de contenidos en redes sociales, blogs, comunidades de vídeos, y otros medios de comunicación social.		
CE11 - Dominar los principales conceptos y aspectos legales básicos que engloban la jurisprudencia aplicada al entorno digital prestando especial interés en aquellas competencias básicas para el ejercicio profesional.		
CE12 - Ser capaz de dirigir, coordinar y gestionar eficazmente los recursos humanos de la entidad.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas compartidas: tutorías	10	50
Tareas autónomas: preparación clases, estudio y elaboración de trabajos	20	0
Prácticas externas	225	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		

Estudio de casos		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje orientado a proyectos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Informe tutor interno de prácticas	10.0	50.0
Informe tutor externo de prácticas	10.0	50.0
Informe Departamento de Carreras profesionales	10.0	30.0
5.5 NIVEL 1: Módulo TFM		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Trabajo Fin de Máster		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	12	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Desarrollo individual o grupal de un plan de negocio integral o de un plan de creación de valor en la empresa que revierta en beneficio de la sociedad. El alumno será tutelado por profesores del master y/o profesionales relacionados con el sector en el que se desarrollará el proyecto y será defendido ante una comisión evaluadora que determinará la dirección del master y entre aquellos tutores que considere oportunos. La presentación y defensa del proyecto, junto con la superación de los mínimos exigibles será condición necesaria para obtener el título.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad para diseñar e implantar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la gestión de la empresa.		
CG2 - Capacidad para el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo formuladas sobre un entorno digital		

CG3 - Aplicar los conocimientos adquiridos en marketing estratégico y gestión empresarial en un entorno predominantemente digital, con independencia del sector y/o mercado en que se opere, para generar proyectos de creación de valor en el entorno económico y social.		
CG4 - Capacidad para dirigir equipos de trabajo en entornos digitales.		
CG5 - Tener una actitud proactiva ante procesos de toma de decisiones y resolución de problemas que se produzcan en su labor profesional fruto de la constante innovación de procesos, productos/servicios y de organización.		
CG6 - Comunicar con eficacia conocimientos y conclusiones debidamente argumentadas a públicos especializados y no especializados de forma clara, concisa y completa y usando en cada caso el canal más adecuado para cada uno de ellos.		
CG7 - Formular juicios y valoraciones a partir de reflexiones fruto de la integración de conocimientos adquiridos y la información limitada disponible que rodea cualquier circunstancia y toma de decisiones profesionales.		
CG8 - Capacidad para desarrollar un trabajo profesional supervisado en cualquiera ámbito específico del marketing y la gestión en un entorno empresarial digital, colaborando y aprendiendo con otros profesionales.		
CG9 - Estimular la capacidad de liderazgo y de motivación que conlleva cualquier iniciativa emprendedora para su implementación adecuada, en un contexto de incertidumbre y riesgos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad de diseño de modelos de negocio en un entorno digital.		
CE2 - Capacidad para desarrollar un estudio suficientemente complejo en alguno de los ámbitos específicos del Marketing y la Gestión de Empresas.		
CE3 - Ser capaz de identificar y/o generar oportunidades de negocio o de creación de valor que le permitan desarrollar una idea viable al entorno socio-económico.		
CE4 - Integrar los valores de la responsabilidad social corporativa en la proyección de las estrategias contempladas.		
CE5 - Interpretar adecuadamente la estructura económica-financiera de una organización ante su adaptación a un modelo de negocio en un entorno predominantemente digital.		
CE11 - Dominar los principales conceptos y aspectos legales básicos que engloban la jurisprudencia aplicada al entorno digital prestando especial interés en aquellas competencias básicas para el ejercicio profesional.		
CE12 - Ser capaz de dirigir, coordinar y gestionar eficazmente los recursos humanos de la entidad.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas compartidas: tutorías	10	100
Tareas autónomas: preparación clases, estudio y elaboración de trabajos	200	0
Tareas autónomas: otras actividades	90	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudio de casos		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje orientado a proyectos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Defensa oral	10.0	30.0
Evaluación de la idea, realización práctica y documentación del trabajo	10.0	70.0
Evaluación continua basada en las tutorías	10.0	20.0

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Miguel Hernández de Elche	Catedrático de Universidad	4	100	8
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
90	10	95
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		

8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS

Para medir la valoración de los programas, ESIC tiene diferentes mecanismos de control. Al margen de lo que se refleja en el siguiente punto de esta memoria podemos decir que en términos cualitativos la escuela cuenta con:

En primer lugar el propio sistema didáctico del centro y del Programa Máster. Los/as estudiantes, a través de sus delegados/as, así como los Directores de Programa, mantienen una actitud permanente de impulso de la formación.

El sistema de encuestas dirigidas a los/las estudiantes permite evaluar su grado de satisfacción con cada seminario y cada profesor/a, sobre los servicios comunes y generales, etc.

En términos más generales, los resultados que la Escuela evalúa se refieren al aprendizaje, a la inserción laboral de sus egresados/as y a la satisfacción de los diferentes grupos de interés: en este último sentido profesores/as, alumnos/as, antiguos alumnos/as y personal no docente muestran en general niveles satisfactorios de motivación.

Por último, una prueba empírica de los resultados, respecto de alumnos/as y antiguos alumnos/as, puede verse en el alto número de antiguos alumnos/as que ocupan puestos destacados en empresas y organizaciones, así como en la asistencia de una Asociación de Antiguos Alumnos numerosa y dinámica, que organiza múltiples actividades formativas, culturales, lúdicas, etc.

Asimismo, ESIC cuenta con el procedimiento general para valorar el progreso y resultados de aprendizaje que se recoge en la Normativa de Progreso y Permanencia de los/as estudiantes de la UMH.

Normativa sobre las condiciones de progreso y permanencia en la Universidad Miguel Hernández de Elche
Exposición de motivos

La Ley Orgánica de Universidades 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, establece en su artículo 46: Derechos y deberes de los estudiantes, apartado 3: «Las universidades establecerán los procedimientos de verificación de los conocimientos de los estudios. En las universidades públicas, el Consejo Social, previo informe del Consejo de Universidades, aprobará las normas que regulen el progreso y la permanencia en la Universidad de los estudiantes, de acuerdo con los respectivos estudios».

Asimismo, el derecho a la educación superior de los ciudadanos, obliga a la Universidad Miguel Hernández de Elche a proporcionar a sus estudiantes los medios materiales y humanos que, acorde con sus vías de financiación, le permitan ofertar una formación actualizada y de calidad, para la óptima inserción en la vida profesional y empresarial. Los estudiantes tienen a su vez la responsabilidad de obtener provecho de los medios que la sociedad pone a su disposición. Es así misión de la Universidad, garantizar la cualificación académica de sus titulados y velar por la eficiente utilización de los recursos proporcionados por el conjunto de la sociedad.

La experiencia adquirida desde la implantación del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, ha permitido reflexionar y debatir durante estos años sobre los criterios establecidos en la Universidad Miguel Hernández de Elche referentes a las condiciones de progreso y permanencia de los estudiantes. Este estudio motiva una nueva regulación de dichas condiciones, con una más sencilla aplicación y flexibilidad de la norma.

Esta normativa incorpora las modalidades de matrícula a tiempo completo y a tiempo parcial; establece límites en ambas modalidades permitiendo a nuestros estudiantes elegir al inicio del curso la modalidad de matrícula en función de sus condiciones laborales y personales compatibles con el estudio; y posibilita un nuevo planteamiento en el progreso de los estudiantes en función de su trayectoria académica. Todo ello permitirá una mejor organización de los aspectos académicos y administrativos de nuestras enseñanzas.

Artículo 1. Modalidades de matrícula

Los estudiantes de la Universidad Miguel Hernández de Elche podrán serlo a tiempo completo, que será la modalidad ordinaria, o a tiempo parcial. Ambas modalidades estarán determinadas por el número de créditos matriculados.

Los estudiantes de primer curso de Grado, tendrán la consideración ordinaria de tiempo completo, debiendo matricularse de 60 créditos o del primer curso completo. Durante el periodo de matrícula los estudiantes podrán solicitar el régimen a tiempo parcial acreditando los motivos que le impiden realizar los estudios en modalidad de tiempo completo. La matrícula a tiempo parcial en el primer curso será de 30 ECTS. Cada año se aprobará en el

Consejo de Gobierno de la Universidad el número de plazas ofertadas para cada titulación en modalidad de tiempo parcial, que será en todo caso superior al 2% del número total de plazas ofertadas.

Los estudiantes de segundo y posteriores cursos de Grado tendrán la consideración de tiempo completo cuando se matriculen en un curso académico de un mínimo superior a 36 y un máximo de 78 ECTS, y de tiempo parcial cuando se matriculen de un mínimo de 12 y un máximo de 36.

Los estudiantes de Máster tendrán consideración de tiempo completo cuando se matriculen en un curso académico de un mínimo superior a 30 y un máximo de 72 ECTS, y de tiempo parcial si lo hacen de un mínimo de 18 y un máximo de 30 ECTS.

Los límites inferiores no se tendrán en consideración cuando el estudiante se matricule de todos los créditos que le resten para finalizar la titulación, con excepción del TFG y el TFM.

El Rector, tras solicitud motivada del estudiante, podrá excepcionalmente autorizar la superación de los límites de matriculación.

Artículo 2. Permanencia primer curso

Los estudiantes matriculados por primera vez de cualquier plan de estudios, deberán superar, como mínimo, 6 créditos ECTS para tener derecho a continuar cursando los mismos estudios en esta Universidad. No obstante, en el caso de no superar ese mínimo, procederá una nueva matriculación en la misma titulación y en el mismo centro, por una sola vez y previa autorización del Rector, si el estudiante acredita la existencia de una causa justificada.

Artículo 3. Criterio de progreso adecuado de los estudiantes

Los estudiantes que se matricule por segunda vez o posterior en un mismo grado deberán superar durante los dos años académicos siguientes el 50% de los créditos matriculados o, alternativamente, superar el 75% de los créditos matriculados en el segundo año.

Los reconocimientos y transferencias de créditos no contabilizarán para el cálculo de los créditos exigidos al estudiante.

Artículo 4. Consecuencias de no superar el criterio de progreso adecuado

Los estudiantes a tiempo completo que incumplan el criterio de progreso adecuado previsto en el artículo 3 sólo podrán matricularse en los dos siguientes cursos en la modalidad de tiempo parcial.

Los estudiantes a tiempo parcial que incumplan el criterio de progreso adecuado previsto en el artículo 3 deberán abandonar los estudios correspondientes, pudiendo a tal efecto:

- Iniciar otros estudios universitarios en esta u otra Universidad, con sujeción al procedimiento general de ingreso legalmente establecido.
- Transcurridos dos cursos académicos desde el abandono, continuar con los estudios que hubieran iniciado, considerando los créditos superados hasta la fecha como créditos reconocidos a los efectos de la aplicación del artículo 3.

A los estudiantes que por aplicación de este artículo deban matricularse a tiempo parcial, se le exigirá la superación del 75% para poder matricularse de nuevo en la misma titulación la modalidad de tiempo completo.

Artículo 5. Estudiantes procedentes de otras universidades

El expediente académico de los estudiantes procedentes de otras universidades que soliciten plaza en la Universidad Miguel Hernández de Elche, habrá de cumplir el criterio de progreso adecuado establecido en esta normativa para poder ser admitidos.

Los estudiantes que hayan abandonado los estudios en otra Universidad, en aplicación del régimen de permanencia establecido en aquella y no cumplan el criterio de progreso adecuado previsto en el artículo 3, se les aplicará el artículo 4 de esta normativa.

Artículo 6. Anulación de matrícula por causa de fuerza mayor

El Rector, a petición del interesado, podrá resolver la anulación parcial o total de la matrícula, solamente si el estudiante acredita fehacientemente causa de fuerza mayor que le impida o le haya impedido presentarse a las evaluaciones correspondientes.

Artículo 7. Aplicación de la presente normativa

Esta normativa será de aplicación a todos aquellos estudiantes que hayan iniciado estudios en el marco del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales a partir del curso académico 2015-2016.

DISPOSICIÓN ADICIONAL

El Rector presentará anualmente al Consejo Social un informe sobre el desarrollo y aplicación de esta Normativa, en el que se deberán valorar los efectos derivados de la misma.

La Universidad Miguel Hernández de Elche proporcionará los medios que estime adecuados para que el estudiante pueda conocer en cualquier momento, y muy especialmente en el de la matrícula, la situación académica en el marco de esta normativa.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Queda derogada Normativa sobre las condiciones de progreso y permanencia en la Universidad Miguel Hernández de Elche, aprobada por el Consejo de Gobierno de la Universidad, en su sesión extraordinaria de 12 de noviembre de 2008; y el Consejo Social de la Universidad Miguel Hernández, adoptado en su sesión plenaria de fecha 18 de diciembre de 2008, ratificado en su sesión plenaria de 20 de abril de 2011.

DISPOSICIÓN FINAL

Se autoriza al Rector para el desarrollo administrativo de esta normativa.

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/manual-de-procedimientos-orientacion-ensenanza-estudiantes-sgic-esic.pdf>

En concreto se hace un seguimiento de los siguientes indicadores:

Tasa de Rendimiento
Tasa de Abandono
Tasa de Eficiencia de los Graduados
Tasa de Graduación del Título
Tasa de relación Oferta-Demanda (
Tasa de Matriculación
Tasa de PDI Doctor
Tasa PDI a tiempo Completo

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://www.esic.edu/calidad/sistema-documental-calidad.php
---------------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN

CURSO DE INICIO	2016
------------------------	------

Ver Apartado 10: Anexo 1.

10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

No procede.

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
---------------	------------------

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
21660090R	MARÍA DEL CARMEN	ACOSTA	BOJ
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avda. de la Universidad, s/n	03202	Alicante	Elche/Elx
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
master@umh.es	689580072	966658463	Vicerrectora de Estudios

11.2 REPRESENTANTE LEGAL

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
19865697E	JESUS TADEO	PASTOR	CIURANA
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
AVda. de la Universidad, s/n	03202	Alicante	Elche/Elx
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
master@umh.es	689580072	966658463	Rector

11.3 SOLICITANTE

El responsable del título no es el solicitante

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
74195077K	María del Carmen	López	Ruiz
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avda. de la Universidad, s/n	03202	Alicante	Elche/Elx
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
master@umh.es	689580072	966658463	Directora del Servicio de Gestión de Estudios

Apartado 2: Anexo 1

Nombre :Informe de alegaciones y punto 2 Justificación.pdf

HASH SHA1 :AA58E0A10D5CE7A6EA04AD4BDD6B22BBBD8C6A59

Código CSV :200771363598238849827765

Ver Fichero: Informe de alegaciones y punto 2 Justificación.pdf

Apartado 4: Anexo 1

Nombre :4SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIA.pdf

HASH SHA1 :06D361949C1720AC71216D3645F8CE380D753DA6

Código CSV :191969506227767407412230

Ver Fichero: 4SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIA.pdf

Apartado 5: Anexo 1

Nombre :Punto 5 Planificación de las Enseñanzas.pdf

HASH SHA1 :C3B76E51BD6550C480B73947EC805FD44666BF48

Código CSV :200771461753706519831698

Ver Fichero: Punto 5 Planificación de las Enseñanzas.pdf

Apartado 6: Anexo 1

Nombre :Punto 6 PERSONAL ACADÉMICO.pdf

HASH SHA1 :EF8FBF10CFF533D5AF8C04E00DF1803FC8C65128

Código CSV :200768483018318831135639

Ver Fichero: Punto 6 PERSONAL ACADÉMICO.pdf

Apartado 6: Anexo 2

Nombre :6 2 OTROS RECURSOS HUMANOS_esic_v2.pdf

HASH SHA1 :FDBCA06655C0F5584021988DB223B622FB5D2288

Código CSV :192082764234143899484097

Ver Fichero: 6 2 OTROS RECURSOS HUMANOS_esic_v2.pdf

Apartado 7: Anexo 1

Nombre : 7RECURSOS MATERIALES Y PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIO1.pdf

HASH SHA1 : 7DAD9E7959EC08BAEB6EEBFD07D75E3011ADFF2A

Código CSV : 191015068606950885230643

Ver Fichero: 7RECURSOS MATERIALES Y PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIO1.pdf

Apartado 8: Anexo 1

Nombre :Punto 8 Resultados previstos.pdf

HASH SHA1 :DB9502C33A265F413DF44410D48DC3A074A60B16

Código CSV :200768138979969824484026

Ver Fichero: Punto 8 Resultados previstos.pdf

Apartado 10: Anexo 1

Nombre :Anexo 10 Cronograma.pdf

HASH SHA1 :50B870C30DCA225691FB37066AC5B6376A25F700

Código CSV :190987339232784595189710

Ver Fichero: Anexo 10 Cronograma.pdf

