Universidad de Granada

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

ACTA DE LA COMISIÓN PERMANENTE DE GOBIERNO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
7 DE JUNIO DE 2016 (Nº94)

Relación de asistentes:

Albacete Sáez, Carlos
Callejón Céspedes, José
Cano Guervós, Rafael Arturo
Castañeda García, José Alberto
Delgado Alaminos, Juan
García Velasco, Marcos
Gutierrez Gutierrez, Leopoldo
Liébana Cabanillas, Francisco
López Pérez, María Victoria
Molina Prieto, Sonia
Moro Egido, Ana Isabel
Navarro Galera, Andrés
Ostos Rey, María del Sol
Sánchez Martínez, María Teresa
Santos Moreno, María Dolores

UNIVERSIDAD DE GRANADA
REGISTRO FAC. CC.ECONÓMICA Y EMPRESARIALES
Entrada
Nº. 201600300003782
24 de octubre de 2016
11:12:39

ORDEN DEL DÍA:

1. Aprobación, en su caso, del acta de la sesión anterior.
2. Informe del Sr. Decano.
3. Itinerarios académicos del doble grado internacional de Finanzas y Contabilidad con la Universidad de Bremen.
4. Propuesta de adhesión a la Asociación Olimpiada Española de Economía.
5. Plan de Acción Tutorial para estudiantes con necesidades especiales de apoyo educativo (NEAE).
6. Programa de Apoyo a la Docencia Práctica del curso 2016-2017.
7. Plan Docente del curso 2016-2017.
8. Asuntos de trámite.
9. Ruegos y preguntas.

Se inicia la sesión en la Sala de Profesores número I, del Decanato de la Facultad, a las 10:00 horas del día 7 de junio de 2016.

1. Aprobación, en su caso, del acta de la sesión anterior.

Se aprueba por asentimiento el acta de la última Comisión de Gobierno, de fecha 12 de febrero de 2016.

2. Informe del Sr. Decano.

El Sr. Decano procede a informar, en primer lugar, de la labor realizada en las diferentes áreas del equipo decanal en el periodo transcurrido desde la última sesión.

En el ámbito de las infraestructuras, se destaca que se ya está amueblando la Sala de Trabajo en Grupo, ubicada en la antigua cafetería. El Centro de Lenguas Modernas ya está impartiendo en nuestra Facultad cursos de idiomas para estudiantes, PAS y PDI desde el mes de abril. En las próximas semanas se va a sustituir en el Aula Magna todo el sistema de persianas. Se van a realizar nuevas actuaciones para la impermeabilización y asolado de las terrazas que estén deterioradas. Asimismo, se informa de que el perfil de la Facultad en Facebook ha alcanzado su verificación, algo que hasta ahora sólo lo había conseguido la cuenta oficial de la UGR, lo que conlleva un mejor posicionamiento en los motores de búsqueda y el aumento de seguidores, por lo que hay que felicitar a nuestra compañera María José Morillas. Por último, se comunica que el montante total que recibirá la Facultad en concepto del Contrato Programa será la máxima financiación por haber cumplido el 100% de los objetivos (algo que sólo 8 de los 26 Centros de la UGR han cumplido), a lo que hay que añadir la parte del excedente que se genera cuando otros Centros no lo cumplen. En total se van a recibir más de 34.000 euros.

En el ámbito de las relaciones internacionales, se comunica que Elena Molís Bañales, vicedecana de RRII, se encuentra de baja por maternidad, cubriéndose sus funciones por miembros del equipo decanal y por el personal de la Oficina de Relaciones Internacionales, y también se ha contado con la colaboración puntual del profesor Francisco Montoro Ríos. Por tanto, se agradece a todos ellos que estén redoblando sus esfuerzos. Se informa de que se ha ultimado el acuerdo de doble grado internacional para FICO con la Universidad de Bremen (Alemania), tema que será tratado más ampliamente en el punto 6 del orden del día. Además, se sigue estudiando la propuesta para la implantación del doble grado para GADE con la Universidad de Nuremberg, para el curso 17/18, y se están evaluando planes de estudios conjuntos con universidades de Francia, Holanda, Polonia, Croacia, República Checa y Turquía. Se ha recibido la visita de una delegación de la Agencia de Supervisión del Banco Central de Indonesia, que mantuvo una reunión con el profesorado interesado en colaborar en proyectos de interés común. Por último, se realizó la reunión informativa con el alumnado que va a realizar estudios fuera en el curso 2016-2017.

En relación con el vicedecanato de Relaciones con el Entorno Social y Empresarial, Estudiantes y Empleabilidad, se aprobó en la Comisión Académica un criterio para aunar la evaluación de los estudiantes que hayan realizado Prácticas Externas. Además, el vicedecano está realizando una ronda de visitas a las empresas que acogen más estudiantes en prácticas. Se sigue trabajando en el proceso de selección para el Premio Creación de Empresas 2015-2016, que se fallará el 16 de julio ante un Tribunal formado por profesionales de prestigio en el mundo empresarial. El Vicerrectorado de Estudiantes y Empleabilidad ha aprobado las tres solicitudes de Ayudas para la Cofinanciación de Actividades de Orientación Profesional y Empleabilidad de los Estudiantes que ha presentado la Facultad. Se ha puesto en marcha el Plan de Acción Tutorial para mejorar la inclusión de Estudiantes con Necesidades Especiales de Apoyo Educativo (se tratará con más detalle en el punto 8 del orden del día). En colaboración con el CICODE se ha organizado la Jornada de Comercio Justo y Economía Solidaria en la Facultad, y también se ha puesto en marcha la campaña para consumir productos de Comercio Justo (café, té y cacao) en la cafetería de nuestra Facultad.

Desde el ámbito de investigación y posgrado, se informa de que se ha negociado con la Biblioteca General que se mantenga la suscripción a la base de datos Compustat. Se ha coordinado la solicitud conjunta de la Facultad y de los Departamentos para el XXIV Programa de Apoyo a la Docencia Práctica del curso 2016-2017, que será tratado en el

punto 9 del orden del día. En cuanto a la difusión de nuestros estudios de posgrado, son diversas las acciones que se han llevado a cabo: se han creado y dotado de contenidos los perfiles institucionales de los Másteres que se imparten en la Facultad en las principales redes sociales; se ha abierto una Oficina de Información sobre los Estudios de Posgrado, en la oficina de la Sala de Ordenadores de libre acceso; se montó en el vestíbulo de la Facultad un stand para promocionar nuestros Másteres y el Programa de Doctorado, realizándose charlas informativas de todos ellos; también se han elaborado trípticos, carteles divulgativos y se ha enviado información sobre los estudios de posgrado a todos los alumnos que están terminando los grados; por último, se ha realizado una solicitud conjunta de los Másteres de la Facultad a la Escuela de Posgrado para financiar la organización de seminarios y cursos destinados a los estudiantes de posgrado.

En cuanto al vicedecanato de Calidad e Innovación Docente y la Coordinación de los Títulos, se informa de que se está a la espera de recibir el informe definitivo de la visita que realizaron a la Facultad la Comisión de Evaluadores Externos para Renovar la Acreditación de los títulos, en el que se darán a conocer las recomendaciones y posibilidades de mejora. Se ha elaborado, junto con los coordinadores de cada Grado, los textos descriptivos que figurarán en el Suplemento Europeo al Título de todas nuestras titulaciones. En relación con las Olimpiadas de Economía 2016, se ha enviado a los Institutos la convocatoria para la fase provincial, y el examen se ha celebrado el sábado 21 de mayo en la Facultad. Del 22 al 24 de junio se realizarán los exámenes a nivel nacional en la Universidad de Valladolid. Además, en el punto 7 del orden del día se va a proponer la adhesión de la Facultad a la "Asociación Olimpiada Española de Economía".

Por otro lado, se ha nombrado coordinadora de GADE a Pilar Ibarrondo Dávila, cesando en este cargo María Victoria López Pérez, la cual ha estado compatibilizando el puesto de coordinadora con el de Vicedecana, siendo este último el que seguirá desarrollando. El Sr. Decano le agradece el importante esfuerzo realizado para simultanear los dos puestos durante varios meses y da la bienvenida a la nueva coordinadora.

Los vicedecanatos de Calidad, de Estudiantes y los Coordinadores prepararon la participación de la Facultad en el I Salón del Estudiante de la UGR, organizando el stand, confeccionando el material divulgativo y realizando las sesiones informativas.

Por otro lado, la Secretaria de la Facultad ha coordinado, junto con la Junta Electoral, las elecciones para la renovación total de Departamentos, Claustro y Junta de Facultad, cuyas Comisiones delegadas se nombrarán en la próxima Junta de Facultad. Se organizaron los actos del Patrón, con bastante participación, y con novedades como el Concurso de Artículos de Opinión y una actuación musical. La Facultad va a participar en la Semana de la Ciencia, en la cual se va a presentar una actividad, para divulgar entre la sociedad la investigación que se genera en la Facultad. Siguiendo en el campo de las actividades divulgativas y culturales, la semana pasada se inauguró en la Facultad la exposición de una alumna de Bellas Artes, y en septiembre está previsto montar otra exposición como resultado de la colaboración con dicha Facultad en el Programa Circuitos 2016.

En cuanto a las cuestiones de Ordenación Académica, hay que destacar que el segundo semestre se ha desarrollado con normalidad. Se sigue trabajando en la posible viabilidad de nuevos títulos dobles de ADE con Ingeniería Civil, Edificación e Ingeniería Informática, doble titulación en Turismo y Traducción y también de Economía con

Ciencias Políticas y de la Administración. Por otro lado, la Comisión Académica ha aprobado que se puedan considerar otras modalidades de Trabajo de Fin de Grado (TFG), aparte del portafolio de competencias. En concreto, en programas como UGR Emprendedora y los desarrollados por el CICODE. Finalmente, en el punto 7 del orden del día se informará sobre el Plan Docente del próximo curso académico.

En el plano institucional, se ha participado en la organización y/o presentación de múltiples actividades: Taller de Emprendedores, ciclo de conferencias de FUNCAS, Jornadas Docentes de Historia Económica, Actividades de Orientación Profesional y Empleabilidad, de UGROrienta, Actos de Graduación de todas las titulaciones de la Facultad, etc.

El Sr. Decano continúa su informe actualizando y resumiendo la información de los numerosos Consejos de Gobierno convocados desde la última Comisión de Gobierno:

- La Rectora informó de que la CRUE, en la primera decisión vinculante de su historia, ratificó la moratoria para que no se oferten grados de tres años antes del curso 2017/2018, contemplando incluso la expulsión de las universidades que la incumplan. En relación con ello, en la Conferencia Española de Decanos de Economía y Empresa celebrada en febrero, el 70% de los Decanos de Economía y Empresa, apoyaron la duración actual de los grados y de forma casi unánime, el 90%, apoyaron que la duración de un determinado grado fuera la misma en toda España, para evitar la quiebra de la coherencia del sistema universitario.
- Los rectores andaluces han solicitado a la Consejería que los Profesores Laborales Permanentes cobren quinquenios y sexenios.
- Se aprobó el Plan Propio de Investigación y Transferencia 2016 con una dotación de 4,8 millones. Se aumenta la dotación, aunque no es comparable con años anteriores, porque hay nuevos programas y se añaden actuaciones de Transferencia y Extensión Universitaria.
- Se ha aprobado la modificación de las Normas de Permanencia, que se aplicarán a partir del curso 2016-2017, de forma que en el cómputo de convocatorias agotadas no contará el No Presentado, y se introducen otros filtros de permanencia en cuanto al número de créditos mínimos aprobados en los primeros cursos.
- Se aprobaron los Premios Extraordinarios Fin de Carrera de las titulaciones de la Facultad, que se elevaban por primera vez al Consejo de Gobierno.
- Se han convocado 53 plazas de Profesor Titular y 10 de Profesor Contratado Doctor, para el personal investigador que haya finalizado el programa Ramón y Cajal, así como 53 plazas de Catedrático.
- Se incrementan plazas en tres másteres impartidos en la Facultad (Auditoría, Marketing y Comportamiento del Consumidor y Técnicas Cuantitativas de Gestión Empresarial).
- Se ha aprobado la nueva Normativa de Prácticas Externas.
- Se aprobaron tres Acuerdos de compatibilización de planes de estudios para la obtención de dos títulos de grado (dobles grados): Física y Matemáticas, Educación Primaria y Estudios Ingleses y Educación Primaria y Estudios Franceses.
- En el Consejo de Gobierno de 29 de abril se aprobó el Plan de Ordenación Docente.
- Se aprobó el Plan de Formación e Innovación Docente 2016-2018 con una dotación de 455.000 €, en dos años, distinguiendo entre PID Básicos y Avanzados, dependiendo de la experiencia del equipo de profesores.
- La Junta de Andalucía ingresó 33 millones de euros, lo que ha permitido ponerse al día en el pago a proveedores.

- Se ha elegido al profesor Lázaro Rodríguez Ariza para formar parte de la Comisión Económica y al Sr. Decano como miembro de la Comisión Académica y de la Comisión de Títulos.

3. Itinerarios académicos del doble grado internacional de Finanzas y Contabilidad con la Universidad de Bremen.

La vicedecana de Ordenación Académica, Sol Ostos Rey, informa del acuerdo entre Hochschule Bremen, City University of Applied Sciences (HSB) y la Universidad de Granada (UGR) para la obtención de un doble grado internacional en Finanzas y Contabilidad. Cada una de las instituciones ha decidido cuál es el itinerario de asignaturas que sus estudiantes tienen que cursar en la otra institución para obtener el título (Anexo I). Una vez expuesto el tema, se abre un turno de intervenciones, en el que participa el coordinador del grado en FICO, José Luis Zafra, que ha actuado como asesor del acuerdo por parte de nuestra Facultad. Para que este acuerdo entre en vigor se tienen que aprobar en Junta de Facultad los reconocimientos mutuos de las asignaturas recogidos en el acuerdo.

4. Propuesta de adhesión a la Asociación Olimpiada Española de Economía.

El Sr. Decano informa de que la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales va a solicitar la aprobación por el Consejo de Gobierno, y en su caso por el Consejo Social o los órganos que corresponda, de la adhesión de la Universidad de Granada a la "Asociación Olimpiada Española de Economía". Será el Decano/a, o persona en quien delegue, el representante de la Universidad en esta Asociación, y la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, asumirá con su propio presupuesto, las cuotas que pudieran establecerse en esta Asociación.

5. Plan de Acción Tutorial para estudiantes con necesidades especiales de apoyo educativo (NEAE).

El vicedecano Relaciones con el Entorno Social y Empresarial, Estudiantes y Empleabilidad, Leopoldo Gutiérrez Gutiérrez, informa de que la Facultad dispone de un nuevo Plan de Acción Tutorial. Se trata de un programa de tutoría permanente para los estudiantes con NEAE, coordinado desde este videdecanato, a través del cual se pretende favorecer el contacto fluido entre los estudiantes, los tutores, el Servicio de Asistencia Estudiantil y el Secretariado para la Inclusión y la Diversidad de la Universidad de Granada. Cuenta actualmente con casi una veintena de profesores tutores.

6. Programa de Apoyo a la Docencia Práctica del curso 2016-2017.

El vicedecano de Investigación y Postgrado, Alberto Castañeda García, informa de la propuesta del Programa de Apoyo a la Docencia Práctica para el próximo curso 2016-2017, presentada de forma conjunta por la Facultad y los Departamentos. Una vez expuesto y debatido el tema se aprueba por unanimidad de los miembros de la Junta (Anexo II).

7. Plan Docente del curso 2016-2017.

La vicedecana de Ordenación Académica, Mª Sol Ostos Rey, pasa a exponer cada uno de los apartados de la propuesta de Plan de Ordenación Docente del curso 2016-2017 (Anexo III).

Asimismo, informa de que está pendiente la aprobación en Consejo de Gobierno del calendario oficial de exámenes para el próximo curso 2016-2017, con la novedad del adelantamiento al mes de julio de la convocatoria extraordinaria de septiembre para los exámenes del primer semestre. Desde el Vicerrectorado de Docencia está previsto abrir un periodo de debate para estudiar la posibilidad del adelantamiento de la convocatoria extraordinaria de septiembre al mes de julio, y si finalmente se decide a hacerlo, se podría implantar definitivamente en el curso 2017-2018.

Expuesto y debatido el tema, la Comisión da el visto bueno para su aprobación en Junta de Facultad.

8. Asuntos de trámite.

La profesora Ana Moro Egido pregunta qué va a pasar con las ayudas para los Cursos Metodológicos que organiza la Facultad. Informa de que el Departamento que dirige adelantó algunos importes y ahora tiene problemas para recuperar ese dinero, debido al problema de la inmovilización de los remanentes. Asimismo, plantea el tema de las ayudas de la Facultad al Programa 2020, para seguir financiando revisiones de textos científicos y la organización de congresos y reuniones científicas. El Sr. Decano comenta que a pesar de los importantes recortes del presupuesto de la Facultad, es voluntad del Decanato seguir apoyando el citado programa.

Por último, el profesor Juan Delgado Alaminos pregunta por la situación de las plazas de profesor ayudante doctor. El Sr. Decano le informa de que aún no se ha tratado este tema en el Consejo de Gobierno, pero presume que estará influido por diversos factores, como el número de jubilaciones que se produzcan en este curso, el incremento de costes de personal que conlleva a la promoción asociada a la tasa de reposición, y que es una cuestión que, además, estará sujeto a la negociación con los representantes de los trabajadores, por lo que es difícil hacer previsiones. En todo caso, considera que, a la vista de la situación actual, la convocatoria de contrataciones para el próximo curso será restrictiva.

9. Ruegos y preguntas.

No hay ruegos y preguntas.

Se levanta la sesión a las 12:00 horas del 7 de junio de 2016

El Decano

Rafael Arturo Cano Guervós

La Secretaria

Mª Teresa Sánchez Martínez

ANEXO I

Table of Equivalence
to the cooperation contract between
Hochschule Bremen and Universidad de Granada

This Appendix lists the courses the foreign students have to take during their third year of study at the partner university in order to be awarded the degree of the partner university (double degree).
The sending university confirms to deliver this appendix to all students going to a partner university, so they are informed which courses to choose in order to be awarded the degree of the partner university (double degree). The host university will consult the students and help them to select the right courses in case there are not exactly the same courses offered.

Table of Equivalence for Students from Bremen in Granada

Subject areas in Bremen*	Curso	***English Translation***	**Granada**	**Sem**	**Curso**	**ECTS**
Management und Controlling	3	*Managerial Accounting*	2331112 FUNDAMENTOS DE DIRECC. Y ADMINISTR. EMPRESAS	1	1	6
Finanzinnovationen	3	*Financial Innovations*	24, DIRECCIÓN FINANCIERA I	1	2	6
Wahlpflichtmodul	4 (O)	*Compulsory elective module*	A2, AUDITORÍA DE ESTADOS FINANCIEROS	2	4 (O)	6
Management Accounting	3	*Management Accounting*	33, CONTABILIDAD DE GESTIÓN I	1	3	6
Interkulturelle Kontextstudien	3	*Intercultural Contextual Studies*	1A, ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL	2	1	6
Internationale Finanzierung	3	*International Finance*	32, INSTRUMENTOS Y MERCADOS FINANCIEROS	1	3	6
Strategisches Finanz- und Bankmanagement	3	*Strategic Finance- and Bank management*	37, PRODUCTOS FINANCIEROS Y BANCARIOS	2	3	6
Unternehmenssanierung	3	*Corporate Recovery*	39, DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA	2	3	6
Internationales Wirtschaftsrecht	3	*International Business Law*	25, DERECHO MERCANTIL:ESTATUTO JURÍDICO DEL EMPRESARIO Y SOCIEDADES MERCANTILES	1	2	6
Internationale Wirtschaft (Internat. Management und Kapitalmärkte)	3	*International Economics*	29, DIRECCIÓN FINANCIERA II	2	2	6

Table of Equivalence
to the cooperation contract between
Hochschule Bremen and Universidad de Granada

This Appendix lists the courses the foreign students have to take during their third year of study at the partner university in order to be awarded the degree of the partner university (double degree).
The sending university confirms to deliver this appendix to all students going to a partner university, so they are informed which courses to choose in order to be awarded the degree of the partner university (double degree). The host university will consult the students and help them to select the right courses in case there are not exactly the same courses offered.

Table of Equivalence for Students from Granada in Bremen

Granada	Curso	Subject areas in Bremen*	*English Translation*	Sem	Curso	ECTS
INSTRUMENTOS Y MERCADOS FINANCIEROS	3	Finanzinnovationen	*Financial Innovations*	1	3	6
ESTADOS FINANCIEROS	3	Internationale Rechnungslegung	*International Accounting*	2	1	6
CONTABILIDAD DE GESTION I	3	Management Accounting	*Management Accounting*	1	3	6
AUDITORIA DE ESTADOS FINANCIEROS (OPTATIVA)	4 (O)	Betriebswirtschaftliches Prüfungswesen	*Business Auditing*	1	4 (O)	6
ANALISIS CONTABLE II	4	Unternehmenssanierung	*Corporate Recovery*	2	3	6
PRODUCTOS FINANCIEROS Y BANCARIOS	3	Strategisches Finanz- und Bankmanagement	*Strategic Finance- and Bank management*	2	3 (O)	6
CONTABILIDAD DE GESTIÓN II	3	Informationssysteme im Finanz- und Rechnungswesen	*Information Systems in Finance and Accounting*	1	4 (O)	6
ANALISIS CONTABLE I	3	Jahresabschlussanalyse und Sonderbilanzen	*Financial Statement Analysis*	1	2	6
DIRECCION ESTRATEGICA	3	Management und Controlling	*Managerial Accounting*	1	3	6
FINANZAS INTERNACIONALES (OPTATIVA)	4 (O)	Internationale Finanzierung	*International Finance*	2	3	6

Universidad de Granada

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

ANEXO II

XXIV PROGRAMA
APOYO A LA DOCENCIA PRÁCTICA:
Curso 2016-2017

Nombre del proyecto (ha de ser concreto, claro y proporcionar una idea precisa del contenido de la petición. No se utilizarán títulos genéricos, como la simple denominación del ámbito/área o "Material Fungible" o "Material Inventariable")	
Infraestructuras para la Mejora de la Docencia Práctica en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales 2016-2017	
Orden de prioridad asignado al proyecto (en caso de presentar varios proyectos)	1
Modalidad en la que se encuadra el proyecto (véanse epígrafes 3 y 4)	Modalidad 1 Modalidad 3 Modalidad 5 Modalidad 6 Modalidad 7
Objetivos y justificación de la petición (en el caso de proyectos presentados por ámbitos o áreas de conocimiento, de acuerdo con los programas de prácticas del apartado A o con las actividades de docencia práctica contempladas en el proyecto)	
Dado que este proyecto coordinado incluye varias peticiones, nos remitimos al Anexo 1, donde aparecen los objetivos y justificación para cada solicitud que lo integra.	
Tipo de material	**Inventariable X Fungible ☐**
Descripción del material	
Dado que este proyecto coordinado incluye varias peticiones, nos remitimos al Anexo 1, donde aparece la descripción del material para cada solicitud que lo integra.	
Justificación de la mejora de las prácticas (incluir indicadores que permitan evaluar la mejora)	
Dado que este proyecto coordinado incluye varias peticiones, nos remitimos al Anexo 1, donde aparece la justificación de la mejora de las prácticas para cada solicitud que lo integra.	
Lugar de ubicación del material solicitado	
Dado que este proyecto coordinado incluye varias peticiones, nos remitimos al Anexo 1, donde aparece la ubicación del material solicitado en cada solicitud que lo integra.	
Estudiantes que se verían beneficiados (Centro/s, Titulación/es, Curso/s, Asignatura/s)	
Dado que este proyecto coordinado incluye varias peticiones, nos remitimos al Anexo 1, donde aparece el detalle de los estudiantes que se verían beneficiados para cada solicitud que lo integra.	
Laboratorios de docencia práctica o aulas en las que se realizan actividades de docencia práctica que resultarían beneficiadas	

Todos los disponibles en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.	
Responde a alguna acción de mejora de los estudios de Grado o Máster	**Si X No ☐**
Identificar, en cada proyecto, la parte de la financiación que corresponde ejecutar en el año 2016 y la parte correspondiente al año 2017 (hasta 30 de septiembre de 2017)	Hasta 31.12.2016: 30% del importe solicitado
	Hasta 30.09.2017: 70% del importe solicitado

Declaración de que, en su caso, el proyecto es cofinanciado o coordinado con otros ámbitos/áreas, Centros o programas del Plan Propio de Docencia
(aportar documentación correspondiente)

Proyecto coordinado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y las ocho áreas de conocimiento con sede en dicho centro. Cada participante asume la solicitud de la cantidad proporcional, que es la siguiente:

Centro/Área	Distribución	%
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	25000,00	21,55%
Comercialización e Investigación de Mercados	11376,23	9,81%
Economía Aplicada	11376,23	9,81%
Economía Financiera y Contabilidad	11376,23	9,81%
Economía Internacional y de España	11376,23	9,81%
Fundamentos de Análisis Económico	11376,23	9,81%
Historia e Instituciones Económicas	11376,23	9,81%
Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa	11376,23	9,81%
Organización de Empresas	11376,23	9,81%
Total	**116009,84**	**100,0%**

Universidad de Granada

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Infraestructuras para la Mejora de la Docencia Práctica en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Curso 2016-2017

Proyecto coordinado:

Coordinadora:
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Participantes:
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados
Departamento de Economía Aplicada
Departamento de Economía Financiera y Contabilidad
Departamento de Economía Internacional y de España
Departamento de Métodos Cuantitativos para el Economía y la Empresa
Departamento de Organización de Empresas
Departamento de Teoría e Historia Económica

Índice

1. NOMBRE DEL PROYECTO. 13

2. TIPO DE MATERIAL Y PRECIOS. 13

3. MEMORIA DE LAS SOLICITUDES QUE SE INCLUYEN EN EL PROYECTO COORDINADO 15

LICENCIAS SOFTWARE NVIVO 11 15

ADOBE ACROBAT PRO DC 17

PROGRAMA EDUCATIVO CONTAPLUS 19

SMARTPLS 3.0 21

STATA 14 IC 22

QUALTRICS 24

AMOS 23 25

SIMULADOR PRAXIS MMT 46 26

MARKSTRAT 29

MARKOPS 30

SIMUDATA 31

ORBIS 33

SABI (ampliación) 35

PROGRAMA DE AUDITORÍA DE MERCHANDISING 36

ORDENADORES PARA LAS AULAS DE INFORMÁTICA 38

PROYECTORES 38

PRÁCTICA DE CAMPO: PRODUCTOS TURÍSTICOS DE GRANADA 38

PRÁCTICA DE CAMPO: VEGA DE GRANADA 40

PRÁCTICA DE CAMPO: VISITA A MERCAPUMA 41

PRÁCTICA DE CAMPO: VISITA A FITUR, EDICION DE 2017 43

1. NOMBRE DEL PROYECTO.

Infraestructuras para la Mejora de la Docencia Práctica en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales 2016-2017

Se presenta un proyecto coordinado por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales en el que participan la totalidad de los Departamentos con sede en dicha Facultad.

Dado que este proyecto está integrado por múltiples solicitudes, en primer lugar, se incluye de forma esquemática el tipo de material solicitado y su coste, así como el reparto entre el centro y las áreas de conocimiento participantes. En segundo lugar, se incluye una memoria para cada una de las peticiones con identificación de los objetivos perseguidos, mejora que implica en la docencia práctica, estudiantes que se verán beneficiados, acciones de mejora a las que se atiende y una descripción del material solicitado, incluyendo coste, ubicación y temporalización de la inversión a realizar.

2. TIPO DE MATERIAL Y PRECIOS.

Se solicita material docente informático de varios tipos: software, hardware, bases de datos, y prácticas de campo:

- Programas informáticos:

  - LICENCIAS SOFTWARE NVIVO 11
  - ADOBE ACROBAT PRO DC
  - PROGRAMA EDUCATIVO CONTAPLUS
  - SMARTPLS 3.0
  - STATA 14 IC
  - QUALTRICS
  - AMOS 23

- Bases de datos:

  - SIMULADOR PRAXIS MMT 46
  - MARKSTRAT
  - MARKOPS
  - SIMUDATA
  - ORBIS
  - SABI (ampliación)
  - PROGRAMA DE AUDITORÍA DE MERCHANDISING

- Hardware:

  - Ordenadores para aulas de informática
  - Video-proyectores

- Prácticas de Campo:

  - PRODUCTOS TURÍSTICOS DE GRANADA
  - VEGA DE GRANADA
  - VISITA A MERCAPUMA

- VISITA A FITUR

El precio de dicho material es el siguiente:

Descripción	Tipo de Material	Importe
LICENCIAS SOFTWARE NVIVO 11	Software	7332,60
ADOBE ACROBAT PRO DC	Software	239,58
PROGRAMA EDUCATIVO CONTAPLUS	Software	1437,78
SMARTPLS 3.0	Software	5320,00
STATA 14 IC	Software	7038,33
QUALTRICS	Software	6440,00
AMOS 23	Software	1555,09
SIMULADOR PRAXIS MMT 46	Bases de datos/Simulador	9680,00
MARKSTRAT	Bases de datos/Simulador	3993,60
MARKOPS	Bases de datos/Simulador	4992,00
SIMUDATA	Bases de datos/Simulador	3615,00
ORBIS	Bases de datos/Simulador	24200,00
SABI (AMPLIACIÓN)	Bases de datos/Simulador	9075,00
PROGRAMA DE AUDITORÍA DE MERCHANDISING	Bases de datos/Simulador	3000,00
ORDENADORES PARA AULAS DE DOCENCIA/INFORMÁTICA	Hardware	20000,00
VIDEOPROYECTORES	Hardware	6000,00
PRODUCTOS TURÍSTICOS DE GRANADA	Práctica de campo	400,00
VEGA DE GRANADA	Práctica de campo	330,00
VISITA A MERCAPUMA	Práctica de campo	480,23
VISITA A FITUR	Práctica de campo	880,63
	Total	**116009,84**

3. MEMORIA DE LAS SOLICITUDES QUE SE INCLUYEN EN EL PROYECTO COORDINADO

LICENCIAS SOFTWARE NVIVO 11

Objetivos y justificación de la petición

Cualquier proceso de enseñanza-aprendizaje debe apoyarse en una docencia práctica, que refuerce lo adquirido en las clases teóricas de la materia objeto de estudio. En el ámbito de la investigación de mercados, y más concretamente en la aplicación de una metodología de investigación cualitativa, se están aplicando cada vez más los denominados como CAQDAS (software de apoyo a la investigación cualitativa). Con el objetivo de dotar al estudiante de un conocimiento en el manejo de estas herramientas, se propone el uso de un software concreto –Nudist Vivo versión 11- como forma de completar su proceso de enseñanza-aprendizaje en la investigación de mercados.

Mejora de prácticas e indicadores

El software tiene varias bases de datos con análisis ya realizados, que permitirán al estudiante poder interaccionar mejor con él, para ver y comprender todo lo que pueden llegar a realizar con su ayuda. Así mismo, se impartirán los conocimientos previos en investigación cualitativa de mercados para que, a continuación, y con las bases de datos de pruebas, así como de otras que se le ofrecerán al estudiante, sean capaces de interaccionar con el software y aprendan a gestionar proyectos de investigación de carácter cualitativo. Más concretamente, el trabajo con el software NVivo 11 se realizará tras la impartición de las clases teóricas en investigación cualitativa de mercados, mediante ejemplos prácticos donde los estudiantes tendrán que realizar un verdadero trabajo de investigación que les mostrará cómo usar el software, y las ventajas que se derivan de su uso. El trabajo en investigación cualitativa suele ser muy costoso en tiempo y en recursos. Los programas CAQDAS consiguen que el investigador ahorre en tiempo y en recursos.

Para ello, se propone –como se ha señalado anteriormente- el uso del software Nudist Vivo 11. NVivo 11 es uno de los software más utilizados actualmente en el campo de la investigación cualitativa de mercados por las empresas especializadas (www.qsrinternational.com). La empresa QSR International dispone de licencias para estudiantes de duración de un año que permitirán que los estudiantes puedan trabajar durante el curso académico en su proyecto de trabajo. Los estudiantes podrán bajarse a su portátil el programa y con estas licencias tendrán acceso a todas las herramientas y aplicaciones del programa. Más concretamente, a través de la interfaz se puede:

- Trabajar con transcripciones, a partir de ficheros de audio, video y texto, mediante importación y conversión de distintos tipos de ficheros.
- Aprender a importar datos de social media e internet, posible con la nueva versión de NVivo 11 a través de las herramientas NCapture para Chrome y para Internet Explorer.
- Realizar codificaciones de forma sencilla, seleccionando los trozos de texto y traduciéndolos a códigos para su posterior análisis.

- Trabajar en diferentes escenarios de análisis, desde aquellos más inductivos a deductivos.
- Trabajar con datos reales de proyectos ya realizados, para que puedan observar cómo se va trabajando con la información y todo lo que permite realizar el programa.
- Contar con un abundante apoyo técnico por parte de la empresa, que incluye soportes incluso en redes sociales como Facebook, Twitter o en la propia página de internet. La herramienta de ayuda del programa es realmente potente y resulta de mucha ayuda al estudiante.

Todo lo comentado anteriormente va a permitir la consecución de los siguientes objetivos, relacionados con la metodología de enseñanza-aprendizaje:

- Generar un verdadero entorno de aprendizaje práctico de una materia tan compleja como es la investigación cualitativa de mercados, apoyándose para ello en el uso de un software CAQDAS, de amplia implantación en las empresas de investigación de mercados.
- Potenciar y desarrollar las habilidades del estudiante en el manejo de las nuevas tecnologías aplicadas a la investigación de mercados, incluyendo una mejor comprensión de cómo se trabaja en las empresas de estudios de mercados.
- El estudiante dispondrá de su propia licencia de uso durante todo un curso académico en su propio ordenador, lo que le dará la oportunidad de gestionar tanto su proyecto de investigación como los tiempos en los que va a trabajar en él.
- Un mayor involucramiento del estudiante en el proceso de aprendizaje, mediante la facilitación de ejemplos prácticos que van incluidos con el software, así como del manejo de la herramienta de ayuda.

Estudiantes que se verán beneficiados

Los estudiantes que se verán beneficiados son:

- Estudiantes del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, 4º curso, asignatura Marketing Social y Político.
- Estudiantes del Máster Interuniversitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor.

Acciones de mejora a las que se atiende

Este software complementa la formación de los estudiantes de grado y máster en la investigación de mercados cualitativa, muy apreciada en las empresas de investigación de mercados. Facilita enormemente el trabajo de cualquier investigador de mercados. De esta forma se responde a las acciones de mejora relacionadas con la formación práctica en investigación de mercados que se recogen en las dos titulaciones citadas.

El software es así mismo un gestor de proyectos, permitiendo compartir y guardar todo el desarrollo de un trabajo por parte de un equipo.

De forma particular, esta solicitud se encuadra en la acción 10886-Fomentar entre el profesorado el desarrollo de programas para apoyar la formación de los estudiantes y mejorar su éxito académico, dentro del Grado en Marketing e Investigación de Mercados y de la acción 10009-Necesidad de dotar de mayores contenidos prácticos a las materias impartidas del Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor.

Tipo de material y breve descripción del mismo

40 licencias NVivo 11 Pro –estudiantes- y 5 licencias NVivo 11 Plus descargables.

El coste total asciende a 7.332,60 euros.

La fecha de compra debe ser para el comienzo del curso académico 2016/2017, de tal forma que permita a los estudiantes que trabajen en equipo el poder comenzar sus proyectos en la asignatura disponiendo del software.

ADOBE ACROBAT PRO DC

Objetivos y justificación de la petición

El objetivo que se pretende es la mejora en la elaboración y realización de prácticas de las asignaturas de Economía Internacional y de España.

La elaboración de las prácticas de las asignaturas de Economía Internacional y de España requiere de la formulación de contenidos prácticos en un formato accesible, estable y seguro para los estudiantes. Además es necesario un soporte informático estándar que sea compatible con las plataformas educativas en línea y que pueda ser fácilmente compartido.

En este sentido para las prácticas de las asignaturas de Economía Internacional y de España se requiere de la elaboración de formularios, ejercicios prácticos y cuestionarios que son utilizados y compartidos por los estudiantes.

El problema actual es que hasta la fecha los estudiantes elaboran y envían sus trabajos en formatos muy diferentes, incluso aun utilizando el mismo programa informático es habitual encontrar distintas versiones del mismo que con frecuencia genera problemas de compatibilidad y de seguridad.

Mejora de prácticas e indicadores

El programa informático ADOBE ACROBAT PRO DC 2015 está expresamente diseñado para la elaboración de formularios y la creación de documentos en el estándar internacional PDF que puedan ser compartidos con facilidad electrónicamente. Además su uso es generalizado a nivel internacional.

Su utilización supondría una mejora inmediata de los problemas de compatibilidad y de seguridad mencionados anteriormente, lo que favorecería la comunicación alumnos-profesores.

Además, los documentos elaborados por el profesor pueden ser rellenados sin alterar los enunciados, las preguntas, etc. con lo que pueden ser utilizados y compartidos fácilmente entre los estudiantes en cualquier dispositivo: ordenador, teléfono, tableta, etc.

Asimismo, otra mejora consiste en que se pueden elaborar prácticas que pueden ser firmadas electrónicamente por los estudiantes, lo que permite confirmar la autoría de los mismos de manera online, agilizando las tareas de clase y el envío de documentos.

Dado que la Universidad de Granada tiene un acuerdo con la empresa Adobe por el que se ofrecen licencias a perpetuidad de este programa informático se requiere la adquisición de las licencias de uso correspondientes. Según este acuerdo y la empresa Adobe, el coste por licencia baja de 500 euros por licencia a 99 euros por licencia. En este caso la licencia es permanente, con lo que se elimina también el coste de posibles actualizaciones.

Estudiantes que se verán beneficiados

- Política Económica de España, 4º curso del Grado en Economía. 80 alumnos
- Instrumentos para el Análisis de la Economía Mundial y de España, 2º curso del Grado en Economía. 160 alumnos
- Economía Española y Mundial, 2º curso del Grado en Marketing e investigación de mercados, 100 alumnos
- Política Económica del Turismo, 3º curso del Grado en Turismo, 160 alumnos
- Economía Internacional, 2º curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas, 240 alumnos
- Economía Española y Mundial, 1º curso del Grado en Finanzas y Contabilidad, 80 alumnos.

Acciones de mejora a las que se atiende

Por grados, las acciones de mejora en las que se enmarca esta petición son las siguientes:

- Grado en Economía. Acción 10923-Fomentar el uso por parte del profesorado de todos los recursos de que dispone para el desarrollo de su docencia.
- Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Acción 10886-Fomentar entre el profesorado el desarrollo de programas para apoyar la formación de los estudiantes y mejorar su éxito académico.
- Grado en Turismo. Acción 10917-Fomento del uso de los recursos docentes disponibles y actualización de las metodologías docentes.

Tipo de material y breve descripción del mismo

ADOBE ACROBAT PRO DC 2015 LICENCIA EDUCATIVA PERPETUA

99 euros por licencia educativa.

Número de licencias necesarias: 2

La adquisición es en línea y puede realizarse de forma inmediata en el siguiente enlace: https://get.adobe.com/es/reader/

PROGRAMA EDUCATIVO CONTAPLUS

Objetivos y justificación de la petición

La implantación de los principios del Espacio Europeo de Educación Superior exige orientar la docencia universitaria hacia el desarrollo y la evaluación de competencias, tanto generales, como transversales o específicas.

En este sentido, la docencia de la asignatura Contabilidad General, que se imparte en los primeros cursos de diversos Grados de la Universidad de Granada, implica el desarrollo de las siguientes competencias específicas:

- Conocer y aplicar los conceptos básicos de Contabilidad.
- Conocer y comprender la realidad económica, identificar el papel que desempeñan las empresas dentro de la economía, conocer las distintas formas que pueden adoptar las empresas.
- Comprender el papel y funcionamiento del sistema de información contable en la empresa, las operaciones de explotación, de inversión y financiación realizadas por la empresa; identificar las fuentes de información contable relevantes y su contenido; relacionar la contabilidad con otras materias a través del papel de los estados contables y su utilidad para la toma de decisiones.
- Elaborar un diagnóstico de la situación y resultados del mundo empresarial, identificar y diagnosticar problemas, modelarlos y ofrecer soluciones de forma razonada.
- Conocer los sistemas de información como apoyo a la dirección y las funciones de los mismos: planificación, análisis, diseño e implantación de los sistemas de información; e interpretar la información derivada de ellos.

Además, en la guía docente de la asignatura se recogen las siguientes competencias transversales:

- Gestionar y administrar una empresa u organización entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. Integrarse en cualquier área funcional de una empresa u organización mediana o grande y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada.
- Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y emitir informes sobre situaciones concretas de empresas y mercados o tomar decisiones con base en la información obtenida.

Mejora de prácticas e indicadores

En el desarrollo de las competencias mencionadas en el apartado anterior, resulta necesario acercar la docencia a la realidad empresarial, de forma que el alumno pueda simular en las clases la metodología de registro contable que tendrá que aplicar, posteriormente, en la empresa.

En definitiva, de forma paralela a la transmisión de los conocimientos que posibiliten al alumnado aplicar los conceptos básicos de la Contabilidad, la docencia universitaria de esta materia debe acercar a los estudiantes a la práctica contable profesional. Para ello, resulta indispensable contar con herramientas adecuadas, tales como aplicaciones informáticas de Contabilidad, que muestren al alumnado la forma en la que se registran contablemente las operaciones económico-financieras en el ámbito empresarial.

De este modo, mediante la utilización de programas informáticos contables, y a partir de documentos económicos ficticios, tales como facturas, recibos o nóminas, el alumnado podrá simular la práctica contable de una empresa real.

Estudiantes que se verán beneficiados

Aunque la asignatura Contabilidad General se imparte en todos los Grados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, el número de alumnos que están matriculados en esta asignatura es muy elevado. Sin embargo, en una primera aproximación se implantará como experiencia piloto para los alumnos del Grado en Administración y Dirección de Empresas, por lo que el número de licencias que se solicitan son suficientes para dotar un aula de Informática de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

En próximos cursos académicos, se hará extensivo a la docencia en otros Grados de la Facultad, por lo que será necesario dotar de la aplicación informática contable otras aulas de informática.

Tipo de material y breve descripción del mismo

Se trata de un software informático que permite simular la gestión contable de una empresa. Se adquirirán 60 licencias para ser instaladas en un aula de informática de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Su coste asciende a 1437,78€ y deberá ser adquirido en el primer cuatrimestre del curso.

Objetivos y justificación de la petición

La Universidad de Granada cuenta con una amplia oferta de másteres oficiales entre los que se incluyen varios ofertados desde la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Entre los requisitos para la obtención del Título de Máster se incluye la realización de un Trabajo Fin de Máster (TFM), y son varios los másteres que incluyen cursos orientados a la adquisición de las competencias requeridas para realizar este TFM con orientación científica.

Esta necesidad de dominar las herramientas habituales de análisis estadístico en ciencias sociales se extiende también a los alumnos del programa de doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales.

Mejora de prácticas e indicadores

La disponibilidad de software estadístico es un requisito fundamental para el alumnado tanto para la realización de su TFM o tesis doctoral, como para que el profesorado pueda formar adecuadamente a este alumnado. Los principales indicadores tendrán que ver con la valoración final de los trabajos presentados, que podrán alcanzar más puntuación si el alumnado conoce las metodologías de investigación a su alcance y dispone del software necesario para poder aplicar estas metodologías.

Estudiantes que se verán beneficiados

Estudiantes de másteres y doctorado con sede en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. En particular:

- Máster Universitario en Economía / Economics
- Máster Universitario en Economía y Organización de Empresas
- Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor
- Programa de Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales.

Acciones de mejora a las que se atiende

Los títulos recogidos en el punto anterior han solicitado financiación para organizar el próximo curso un seminario conjunto sobre modelización estructural mediante PLS. Esta financiación ha sido solicitada a la Escuela Internacional de Posgrado y solamente cubre los costes de organización del seminario. La solicitud que aquí se realiza permitirá contar con licencias para que los alumnos puedan tener acceso al software más allá de la versión de prueba del mismo.

Tipo de material y breve descripción del mismo: Software estadístico SMARTPLS.

SMARTPLS 3.0 es un software especializado para la estimación de modelos estructurales basados en varianza. Se trata de un software líder del sector caracterizado por proporcionar una solución avanzada en el campo de la modelización de ecuaciones estructurales, por su

facilidad de uso y su rápida curva de aprendizaje. El software está disponible tanto en entorno Windows como Mac, y permite su uso en red. Se pretende adquirir una licencia en red para cinco usuarios concurrentes por un coste total de 5320 €. Para más información se puede visitar http://www.smartpls.de/. Dado que en la actualidad se cuenta con dos licencias activas, se pretende realizar la inversión a finales del curso 2016-2017.

STATA 14 IC

Objetivos y justificación de la petición

En estudios de Economía y Empresa es habitual el uso de herramientas de análisis de datos. Así, en materias relacionadas con las técnicas cuantitativas, la econometría o la investigación de mercados se suelen emplear herramientas informáticas que facilitan esta tarea. Aunque Stata puede ser comparable en cuanto a paquetes básicos de análisis de datos a otros software que están disponibles en la Universidad de Granada (como es el caso de SPSS), incluye una sería de técnicas avanzadas y especializadas que son tratadas en distintas asignaturas impartidas en los grados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Además, este software cuenta con el apoyo de un *journal* especializado que ofrece información detallada, ejemplos y los nuevos avances en las técnicas de análisis de datos.

Mejora de prácticas e indicadores

Dado que los grados relacionados con la Economía y la Empresa son eminentemente prácticos, en el sentido de que tanto los problemas que estudia como sus herramientas son reales y tienen lugar en la sociedad, estos paquetes de análisis de datos permiten trabajar con ejemplos reales que apoyan los desarrollos teóricos en las materias implicadas con la obtención de conocimiento a partir de bases de datos.

Concretamente, este software permitirá al profesor preparar mejor el alumnado para alcanzar las siguientes competencias instrumentales:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas.
- Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.
- Capacidad para gestionar la información.

Y las siguientes competencias transversales:

- Aportar racionalidad al análisis y a la descripción de cualquier aspecto de la realidad económica.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de la economía (internacional, nacional o regional) o de sectores de la misma.

- Redactar proyectos de gestión económica a nivel internacional, nacional o regional.
- Derivar de los datos información relevante imposible de reconocer por no profesionales.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Habilidad en la búsqueda de información e investigación.

Estudiantes que se verán beneficiados

Este paquete de análisis de datos es de uso transversal en distintas asignaturas y titulaciones, en particular en:

- Grado en Administración y Dirección de Empresas: Técnicas Cuantitativas 1; Técnicas Cuantitativas 2; Econometría; Investigación de Mercados.
- Grado en Marketing e Investigación de Mercados: Técnicas Cuantitativas 1; Técnicas Cuantitativas 2; Técnicas Cuantitativas 3; Investigación de Mercados I, Investigación de Mercados II, Investigación de Mercados III.
- Grado en Finanzas y Contabilidad: Técnicas Cuantitativas 1; Técnicas Cuantitativas 2; Econometría.
- Grado en Economía: Técnicas Cuantitativas 1; Técnicas Cuantitativas 2; Econometría 1, Econometría 2; Econometría 3.
- Grado en Turismo: Estadística Aplicada al Sector Turístico.
- Grado ADE-Derecho: Técnicas Cuantitativas 1; Técnicas Cuantitativas 2; Econometría.

Acciones de mejora a las que se atiende

Esta solicitud trata de dar respuesta a las siguientes acciones de mejora:

- Acción 10923-Fomentar el uso por parte del profesorado de todos los recursos de que dispone para el desarrollo de su docencia.
- Acción 10886-Fomentar entre el profesorado el desarrollo de programas para apoyar la formación de los estudiantes y mejorar su éxito académico.
- Acción 10917-Fomento del uso de los recursos docentes disponibles y actualización de las metodologías docentes.

Tipo de material y breve descripción del mismo

Se solicitan 30 licencias de Stata 14 en su versión básica (IC), además del complemento Stat Transfer para la adaptación a distintos formatos de los archivos de datos. Su coste asciende a 7038,33€ y se pretende adquirir durante en función de la demanda que realicen las distintas materias para el desarrollo de sus correspondientes prácticas. Este conjunto de licencias permitirán completar las que ya están disponibles para uso del alumnado en nuestra Facultad.

QUALTRICS

Objetivos y justificación de la petición

El objetivo es conseguir que el alumno pueda desarrollar habilidades en el diseño, programación e implementación de encuestas online. El desarrollo de proyectos de investigación de marketing implica además la necesidad de establecer dinámicas basadas en la interacción entre miembros de un mismo equipo de trabajo. La forma en que el sistema Qualtrics está diseñado permite en gran medida dicha interacción.

Por tanto, con las licencias de uso de Qualtrics se conseguirá:

- Adquirir conocimientos y habilidades para la planificación, diseño e implantación de encuestas on-line.
- Proporcionar un método sencillo y estándar para analizar y transmitir los datos obtenidos mediante encuestas on-line.
- Desarrollar proyectos de investigación de mercados de una forma colaborativa.

Qualtrics ha desarrollado un sistema de creación, gestión y análisis de cuestionarios on-line de gran aceptación en el mercado estadounidense. Entre sus clientes destacan empresas de primera línea como Apple, Toyota, Motorola, Hewlett Packard, Ebay. Por otro lado, han querido abrir su sistema a la utilización del mismo como herramienta pedagógica en las principales facultades y escuelas de negocios (Berkeley, Duke, Chicago, Sydney, etc...).

Mejora de prácticas e indicadores

La utilización de este sistema en las asignaturas de investigación de mercados permite proporcionar un acercamiento al uso del tipo de herramientas, que en la actualidad están siendo las que mayor difusión tienen en el sector de la investigación de mercados. Por tanto, se conseguirá que nuestros alumnos adquieran unas habilidades realmente diferenciadoras para el desarrollo de su carrera profesional.

Con el sistema de Qualtrics, los alumnos aprenderán a diseñar cuestionarios online, introduciendo diversos formatos de pregunta según las necesidades de información, creando un flujo de entrevista adecuado, introduciendo material adicional, proporcionándole un formato atractivo y garantizando su éxito como herramienta de obtención de información. Además, podrán utilizar herramientas de difusión del cuestionario entre las poblaciones objeto de estudio. Finalmente, podrán analizar los datos y crear atractivas presentaciones de los resultados.

Estudiantes que se verán beneficiados

Alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, a través de las asignaturas Investigación de Mercados 1, Investigación de Mercados 2 e Investigación de Mercados 3, y

dentro del Grado en Administración y Dirección de Empresas en la asignatura Investigación de Mercados.

Acciones de mejora a las que se atiende

Qualtrics da respuesta a la acción de mejora 10886-Fomentar entre el profesorado el desarrollo de programas para apoyar la formación de los estudiantes y mejorar su éxito académico.

Tipo de material y breve descripción del mismo

Licencia Qualtrics para toda la Facultad (alumnos y profesores), con 12 meses de validez, sin límite de cuestionarios ni de datos. El coste es de 6440€ (IVA incluido). Al ser la simulación online, la ubicación será en el servidor de la empresa proveedora. La Universidad de Granada será la depositaria de las licencias de uso por un año, que quedarán a disposición de los alumnos en el decanato de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

AMOS 23

Objetivos y justificación de la petición

La modelización del comportamiento del consumidor es objeto de estudio en las asignaturas de marketing. Aunque los modelos clásicos basados en la regresión lineal múltiple siguen siendo utilizados, existe una tendencia a tratar de aproximar dichos modelos a la realidad compleja del proceso de toma de decisiones del consumidor. En este sentido, el *path analysis* y los modelos de ecuaciones estructurales son cada vez más habituales en el análisis del comportamiento de consumo.

El objetivo que se pretende con la solicitud que se realiza es dotar al alumno de una herramienta de análisis de modelos donde:

- Puedan existir más de una variable dependiente.
- Las variables ejerzan un doble rol de explicativa y explicada.
- Permita el análisis de efectos directos e indirectos.
- Incluyan la posibilidad de un error de medida en los constructos.

Mejora de prácticas e indicadores

IBM Amos permite especificar, estimar, evaluar y presentar modelos para mostrar relaciones hipotéticas entre variables. La interface gráfica con la que cuenta hace que esté especialmente indicado para la docencia.

IBM Amos posibilita crear modelos de actitud y comportamiento que reflejan relaciones complejas de forma fácil, permitiendo comparar, confirmar y perfeccionar modelos de forma

sencilla. Utiliza análisis bayesiano para mejorar las estimaciones de los parámetros de modelos y ofrece diversos métodos de imputación de datos para crear distintos conjuntos de datos.

Estudiantes que se verán beneficiados

Este software será utilizado en la asignatura Investigación de Mercados 3 del Grado en Marketing e Investigación de Mercados y en el curso Metodología de Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor del Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor.

Acciones de mejora a las que se atiende

Esta solicitud da respuesta a la acción 10886-Fomentar entre el profesorado el desarrollo de programas para apoyar la formación de los estudiantes y mejorar su éxito académico, dentro del Grado en Marketing e Investigación de Mercados y a la acción 10009-Necesidad de dotar de mayores contenidos prácticos a las materias impartidas del Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor.

Tipo de material y breve descripción del mismo

Software IBM AMOS 23. Se pretende adquirir un paquete de 50 licencias que serán instaladas en el aula virtual del CSIRC de la Universidad de Granada. El coste asciende a 1555,09€. El software debe ser adquirido antes del 31 de diciembre de 2016.

SIMULADOR PRAXIS MMT 46

Objetivos y justificación de la petición

El entrenamiento es el camino del éxito. Los Simuladores empresariales proporcionan todos los elementos necesarios para que, a través del entrenamiento, se lleve a cabo una formación que capacite al individuo para "saber hacer"; para saber enfrentarse con distintos tipos de situaciones, muy semejantes a las del mundo real, pero sin riesgo para la compañía.

La incorporación del simulador empresarial como herramienta docente, a diferencia de otras metodologías, nos permite trabajar desde el desarrollo de habilidades directivas hasta la motivación e integración de las personas y otros fines corporativos como la dinamización y el "team building". Introducen al alumno en un escenario en el que tendrá que desempeñar las mismas actividades que en una situación real.

Entre los objetivos que se pretenden conseguir con esta herramienta podemos citar los siguientes:

- Desarrollo de Habilidades
- Motivación
- Integración

- Toma de decisiones
- Corrección de carencias
- Resistencia a la frustración
- Visión global de la compañía y del sector
- Desarrollo y lanzamiento de productos
- Abordaje de nuevos proyectos
- Integración de equipos multi-disciplinares y/o distantes
- Mejora del clima laboral

El elemento adicional diferenciador y la clave del éxito prolongado de un buen profesional es el fomento continuo de sus competencias y de su inteligencia emocional. Todas las competencias personales son mejorables; el factor esencial para mejorar es tomar conciencia de la necesidad de mejora. Los Simuladores empresariales hacen posible el desarrollo de las competencias personales con el fin de mejorar el rendimiento en el trabajo y promover la eficacia organizativa. Este desarrollo de las competencias personales debe ser paulatino y equilibrado y, sobre todo, con un plan a medida de cada alumno y cada situación.

Desde el punto de vista académico, hemos elegido los Simuladores MMT® por su versatilidad. Hemos conseguido una simulación empresarial adaptada a nuestros objetivos docentes, contemplando decisiones en la totalidad de las áreas funcionales de la empresa.

- **Dirección de operaciones.** Políticas de aprovisionamiento, sistemas de producción, costes de producción, control de calidad, I+D+i y productividad.
- **Marketing**. Segmentación mercados, posicionamiento, política de productos, política de precios, márgenes, publicidad y medios, patrocinio, promociones, canales de venta, fuerza de ventas, CRM y atención al cliente.
- **Logística**. Planificación y distribución física, gestión de stocks y exportación.
- **Recursos Humanos.** Política salarial, formación, productividad y negociación colectiva.
- **Finanzas.** Análisis de balances, análisis de PyG, gestión de tesorería, flash y activos.

Mejora de prácticas e indicadores

El fin pretendido por los simuladores es reproducir con la mayor fidelidad el comportamiento de sectores y mercados para que el alumno disponga de una herramienta de entrenamiento y formación práctica.

Los alumnos se organizan en grupos de trabajo (3 o 4 alumnos) que formarán empresas virtuales.

En cada simulación se admiten hasta cinco grupos, cinco empresas, que van a competir entre ellas pues todas son del mismo sector y pueden producir y comercializar los mismos productos, leche "L" y yogurt "T", y pueden actuar en los mismos tres mercados.

La empresa tiene que elaborar un plan de gestión para el horizonte de un año. Este plan se materializa en un documento denominado "Hoja de decisiones". Las decisiones son

procesadas en el simulador MMT® que da los resultados logrados por cada empresa y que son remitidos a los participantes. Cada empresa desconoce los resultados de las otras cuatro, salvo la información que puede obtener con investigación del mercado.

A la vista de los resultados, los participantes deben elaborar un nuevo plan de gestión, para un nuevo año, que dará origen a unas nuevas hojas de decisiones, que seguirán el mismo proceso que las anteriores.

El Director de la simulación fijará cuantas veces (cuantos años) deba repetirse la simulación. Al final se compararán los resultados obtenidos por cada empresa, siendo su objetivo el logro de la máxima rentabilidad.

La amplitud del simulador dependerá del número de decisiones que tenga que tomar el participante. Cuantas más decisiones, mejor estará reflejando las diferentes cuestiones que intervienen e influyen en la realidad.

No todo en la práctica empresarial es cuantificable. Existen aspectos cualitativos que están reflejados en el simulador: posicionamiento, calidad percibida, clima laboral, etc.

Estudiantes que se verán beneficiados

Este simulador será utilizado en el marco de la asignatura Creación de Empresas, que se imparte en los grados de Economía, Administración y Dirección de Empresas y Doble Grado ADE-Derecho.

Acciones de mejora a las que se atiende

La pretensión de un simulador no es enseñar teoría es, por el contrario, desarrollar las habilidades, con teoría o sin ella. Esto es lo que demandan los directivos de las empresas, personas con experiencia en la práctica. Probablemente el participante necesite la teoría y si no la tiene debe buscarla. Por tanto, estaremos acrecentando su interés por ella y la utilidad que tiene en la toma de decisiones.

Tipo de material y breve descripción del mismo

Se pretenden adquirir licencias del simulador PRAXIS MMT 46 para los alumnos matriculados en la asignatura Creación de Empresas en los grados de Economía, Administración y Dirección de Empresas y Doble Grado ADE-Derecho. El coste de adquisición asciende a 9680€ y deberá ser adquirido durante el primer cuatrimestre. Se trata de una plataforma educativa online.

Objetivos y justificación de la petición

El objetivo fundamental es permitir que el alumno ponga en práctica los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo de la carrera, utilizando un simulador que representa con gran fidelidad los principales aspectos del entorno de marketing, así como la situación competitiva.

En particular se pretende:

- Potenciar las habilidades de negociación de los estudiantes.
- Fomentar la capacidad de análisis del estudiante.
- Conseguir un ambiente de trabajo que permita la toma de decisiones en equipo.
- Aplicación práctica de conceptos teóricos.

Mejora de prácticas e indicadores

Con el material solicitado el alumno tendrá acceso a la simulación de marketing que es reconocida internacionalmente como la más completa y real de cuantas existen en el mercado a nivel mundial. El alumno aprenderá a afrontar la toma de decisiones en materia comercial; tanto en lo que se refiere a las decisiones de carácter estratégico (selección del mercado objetivo, selección de las estrategias básicas frente a la competencia, selección de estrategias de crecimiento, decisiones sobre I+D, etc.) como a las de carácter operativo (relativas al diseño de las políticas de producto, precio, distribución y comunicación).

Estudiantes que se verán beneficiados

Se aplicará a todos los conocimientos teóricos adquiridos tanto en las asignaturas Dirección Comercial 1 del Grado en Marketing e Investigación de Mercados como en el módulo de Competencias para la Preparación del TFM del Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor.

Acciones de mejora a las que se atiende

Esta solicitud se encuadra en la acción 10886-Fomentar entre el profesorado el desarrollo de programas para apoyar la formación de los estudiantes y mejorar su éxito académico, dentro del Grado en Marketing e Investigación de Mercados y de la acción 10009-Necesidad de dotar de mayores contenidos prácticos a las materias impartidas del Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor.

Tipo de material y breve descripción del mismo

Inscripción en la simulación Markstrat Online. Serán necesarias 102 inscripciones individuales. El coste estimado es de 3993,60€. Al ser la simulación online, la ubicación será en el servidor de la empresa proveedora. La Universidad de Granada será la depositaria de las licencias de uso por un año. La compra se realizará durante el primer cuatrimestre.

Objetivos y justificación de la petición

El proceso de enseñanza aprendizaje debe apoyarse necesariamente con la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en las clases teóricas de la materia objeto de estudio. En el ámbito de los negocios, y más concretamente en la gestión de las decisiones de marketing de una organización, se deben estudiar y ejercitar estas decisiones en un entorno lo más cercado a la realidad. Con este objetivo, se propone la utilización de software de simulación de negocios para apoyar esta docencia teórica del marketing, en su vertiente práctica.

Mejora de prácticas e indicadores

Para la participación en estas simulaciones de decisiones de marketing, los estudiantes deben contar con conocimientos teóricos previos. De este modo, van a adoptar y justificar las mejores decisiones, una vez analizados los diferentes escenarios y reacciones previstas en los mercados, lo que supone la aplicación práctica de estos conceptos. En concreto, se propone desarrollar esta simulación en las últimas semanas del curso, una vez que los estudiantes han adquirido los conocimientos necesarios para tomar decisiones en materia de precios, producto, distribución y comunicación, comprendiendo las interrelaciones que se producen entre las decisiones que afectan a las distintas políticas de marketing-mix.

Se propone utilizar el StratX Simulation (http://www.stratx.com), por ser el líder mundial en simulación desde hace más de 25 años. Está presente en más de 500 centros de formación, y es utilizado en 8 de las 10 primeras escuelas internacionales de negocios. En concreto, se propone utilizar la aplicación MARKOSP, una de las que proporciona la empresa suministradora. Esta aplicación se gestiona a través del interface que proporciona esta empresa a través de su página web, lo que permite que los estudiantes tomen decisiones desde cualquier ordenador conectado a Internet a cualquier hora del día. Esta aplicación informática permite:

- Simular negocios reales, aunque con una simplificación de la realidad con el objetivo de maximizar su efectividad pedagógica.
- Crear un ambiente de negocio específico con características propias respecto a productos, tamaño del mercado, canales de distribución, etc.
- Generar un entorno de aprendizaje realista, como muestra el que numerosas empresas ajenas al mundo de la formación y la docencia lo utilicen y confirmen que proporciona un ambiente de aprendizaje verdadero.

Esto va a permitir alcanzar los siguientes objetivos relacionados con la metodología de enseñanza-aprendizaje:

- Introducir una perspectiva práctica a la docencia del marketing, apoyada por la aplicación de las TIC en el aprendizaje de esta materia.
- Desarrollar y potenciar las habilidades del estudiante relacionadas con la resolución de problemas, la capacidad analítica y reflexiva, el autoaprendizaje, el trabajo en

equipo,.... El estudiante es el que marca su propio ritmo de aprendizaje, incorpora sus propias experiencias y aporta sus rasgos personales.
- Conseguir que el estudiante se involucre más en su proceso de aprendizaje, de forma que adopta una actitud más activa que con los métodos tradicionales.

Los estudiantes reciben retroalimentación de forma inmediata y continua, lo que les permite revisar sus conocimientos y, en su caso, ir corrigiendo errores, con un proceso continuo e inmediato de auto evaluación.

Estudiantes que se verán beneficiados

La simulación Markops será empleada en la asignatura Dirección Comercial del Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

Tipo de material y breve descripción del mismo

Inscripción en la simulación Markops Online. Serán necesarias 178 inscripciones individuales. El coste estimado es de 4992 €. Al ser la simulación online, la ubicación será en el servidor de la empresa proveedora. La Universidad de Granada será la depositaria de las licencias de uso por un año. La compra se realizará durante el primer cuatrimestre.

SIMUDATA

Objetivos y justificación de la petición

El presente proyecto consiste en el desarrollo web de la aplicación SIMUDATA, que permita la creación de múltiples supuestos prácticos, cada uno de ellos diferentes, y elaborados a través de información económico-financiera real. Los objetivos finales que se persiguen con el desarrollo de la aplicación y este proyecto consisten en:

- Aproximar al estudiante a la práctica del ejercicio profesional real, con el fin de aumentar su interés por la materia, al poder manejar la memoria de las empresas estudiadas.
- Mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje mediante la utilización de la aplicación SIMUDATA y la mejora del entorno web de la aplicación.
- Recoger una mayor variedad de tipologías de empresas incorporando al análisis financiero los casos de empresas cuya actividad esté basada en la transformación de materias primas.

Mejora de prácticas e indicadores

Para conseguir una mejora y la incorporación de nuevas utilidades para la plataforma SIMUDATA es necesario que ésta incorpore los siguientes procedimientos y herramientas de trabajo:

1) Desarrollo del diseño de la página web que sirva de soporte para mejorar la accesibilidad de SIMUDATA.
2) Introducción de las modificaciones necesarias en la aplicación de cálculo de SIMUDATA para aumentar la accesibilidad tanto del profesorado como del alumno.
3) Modificación de la programación web para la incorporación de las mejoras.
4) Modificación del apartado Periodo Medio de Maduración.
5) Adquisición de las memorias de las empresas seleccionadas.
6) Incorporación de las memorias de las empresas a SIMUDATA.

De esta forma se potencia que los alumnos sean capaces de aplicar sus conocimientos teóricos en la resolución de los problemas que se le presenten en su profesión.

Concretamente, para las mejoras anteriores se plantean los siguientes indicadores:

Indicador 1. Mejora del entorno web de la aplicación.

Tras la aplicación de la plataforma SIMUDATA en el primer curso académico hemos detectado la necesidad de mejorar el entorno web en los siguientes aspectos:

- Reelaboración del registro de los alumnos. Detectamos que algunos alumnos que se registraban no accedían a la selección de la empresa que deseaban para su evaluación, por lo que es necesario mejorar el entorno web para que estos dos procedimientos se unifiquen. De esta forma se mejora la accesibilidad y visibilidad de la aplicación web.
- Mejora del sistema de recolección de información económico-financiera de las empresas seleccionadas. Se identificaron dificultades para introducir la información de las empresas desde la base datos SABI. Pretendemos mejorar la vinculación de la base de datos SABI con SIMUDATA a través de enlaces más directos.
- Accesibilidad a los datos calculados erróneamente. Actualmente, cuando los alumnos yerran en los cálculos de los indicadores, SIMUDATA indica cuáles son los datos que están mal, pero no las cantidades que se deben utilizar para hacer los cálculos. Para que los alumnos sepan qué magnitud deberían de haber seleccionado es necesario que el entorno web recoja estas magnitudes.
- Incorporación de datos introducidos por los alumnos y los datos correctos en los informes finales. Los alumnos, a través de SIMUDATA, presentan un informe sobre la evolución económico-financiera de la empresa que se les ha asignado. En este sentido, el profesorado detectó que a la hora de corregir el informe es necesario tener presente los datos con los que los alumnos han elaborado el mismo, y si éstos son correctos o no para poder calificar adecuadamente los comentarios realizados. Esto requiere la modificación del entorno web para recoger esta información.

Indicador 2. Mejora de la programación de la aplicación SIMUDATA.

- Incorporación de la información de las cuentas anuales del registro completando las de las cuentas anuales funcionales. La incorporación de la información de las empresas de SABI se transforma a través de un proceso de simplificación que denominamos balances y cuentas de pérdidas y ganancias funcionales. Sin embargo, hemos

detectado que sería aconsejable, para mejorar el aprendizaje sobre las magnitudes contables que deben poseer los alumnos, incorporar individualmente cada una de las magnitudes que componen los estados contables del registro mercantil en SIMUDATA. Para ello, el programador informático debe hacer los cambios en la aplicación para que los indicadores finales recojan estos datos en lugar de los proporcionados por los estados contables funcionales.

- Introducción de empresas dedicadas a la transformación. Actualmente, y debido a que la aplicación de SIMUDATA se hizo a modo de prueba en el Grado de Turismo, la aplicación sólo seleccionaba empresa de carácter comercial, por lo que es necesario ampliar los casos con empresas de transformación. SIMIDATA identifica automáticamente qué tipo de empresa es, pero todavía no calcula los datos para éstas. En este sentido, el programador informático debe incorporar los procedimientos necesarios para recoger estos aspectos.
- Mejora de la programación del período medio de maduración. Programación en PHP del período medio de maduración económico y financiero para la incorporación de los elementos que componen el cálculo de los subperíodos que lo integran por parte del alumno y su autoevaluación en función de las características de la empresa: comercial, transformación o mixta.

Estudiantes que se verán beneficiados

SIMUDATA es una aplicación web que genera casos prácticos para las asignaturas de Estados Financieros, Análisis Contable 1, Análisis Contable 2 y Análisis de Estados Financieros, presentes en los Grados de Finanzas y Contabilidad y de Administración y Dirección de Empresas.

Tipo de material y breve descripción del mismo

Se trata de una base de datos con información financiera sobre empresas de distintos sectores. Su coste asciende a 3615€ para poder desarrollar todas las acciones descritas en párrafos anteriores. Su conclusión está prevista para el 30 de septiembre de 2017.

ORBIS

Objetivos y justificación de la petición

El marco educativo derivado del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) ha dado lugar a importantes cambios metodológicos que afectan tanto a la actividad de los docentes como a la del propio alumnado.

En este nuevo entorno, son muchas las materias que -entre sus competencias genéricas- recogen las relacionadas con la capacidad de aprendizaje y el trabajo autónomo. Es por ello que el alumnado debe contar con los recursos requeridos para que, bajo la guía y la supervisión del profesorado, pueda aprender y trabajar de forma autónoma.

Por lo tanto, entre los recursos puestos a disposición del alumnado y profesorado de la UGR deberán figurar todos aquellos encaminados a posibilitar la realización de actividades que, bajo la forma de trabajos relacionados con las materias impartidas y la realización de prácticas, permiten alcanzar esas competencias generales antes mencionadas como son el aprendizaje y el trabajo autónomo (ya sea individual o en grupo).

Mejora de prácticas e indicadores

La base de datos cuya adquisición se propone facilita en gran medida que el alumnado de GRADO pueda acceder a información de naturaleza económico-financiera que le será de gran ayuda a la hora de presentar sus trabajos, y al profesorado poder diseñar prácticas basadas en datos reales para ser posteriormente resueltas o analizadas con el alumnado.

En el ámbito del posgrado, cada día es más frecuente encontrar trabajos de investigación en el ámbito de la Economía y la Empresa que surgen del análisis de variables obtenidas en bases de datos como Orbis. Si a esto le unimos que el acceso a la publicación en revistas de cierto impacto viene facilitado cuando la composición de las muestras de empresas reviste un alcance internacional, se hace imprescindible contar con bases de datos que contengan este tipo de información.

Estudiantes que se verán beneficiados

Esta información sería de utilidad para todo el alumnado de GRADO en títulos donde se hayan incorporado asignaturas relacionadas con la economía y la empresa, y entre las titulaciones que se pueden beneficiar de esta adquisición se incluirían los distintos grados impartidos en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (GADE, GECO, GFICO, GMIM, Grado en Turismo y Grado en Administración y Dirección de Empresas y Derecho).

Por otra parte, las adquisiciones que proponemos también implican ventajas y beneficios para el estudiantado de másteres y doctorado de nuestro centro, en particular, y de otros centros de la UGR, en general.

Acciones de mejora a las que se atiende

ORBIS contribuirá en todas las acciones de mejora que estén relacionadas con dotar a la formación de un mayor contenido práctico. Así, en el ámbito del Grado su aplicación permitirá desarrollar ejemplos sobre la base de datos reales de empresas en diferentes materias relacionadas con la empresa y la economía. En el ámbito del Posgrado la aplicación directa de esta base de datos está en la realización de TFMs y de tesis doctorales.

ORBIS es una base de datos que contiene información de más de 100 millones de empresas en todo el mundo, pudiendo utilizar la base de datos como herramienta de investigación de empresas individuales, para búsquedas de empresas con perfiles específicos, así como para efectuar análisis. Orbis obtiene la información de muy variadas fuentes de información de alto prestigio. Se trata de una base de datos que complementa a otras disponibles en nuestra Facultad, como es el caso de Compustat. Orbis permite diferenciar estas compañías según su tipo de actividad, proporciona informes, proyectos, riesgos de crédito, estructura de propiedad, hojas de balance, ratios significativos, indicadores financieros, etc.

Tipo de material y breve descripción del mismo

Orbis es una base de datos de empresas propiedad de BUREAU VAN DIJK. El coste de la licencia es de 20.000 € más IVA 21%. En total 24.200 Eur. Se pretende su adquisición y puesta a disposición de toda la comunidad de la Universidad de Granada a través del servicio de Biblioteca. Su compra está prevista para el segundo cuatrimestre del curso.

SABI (ampliación)

Objetivos y justificación de la petición

El objetivo principal del material solicitado atiende a que la actual configuración de SABI no permite acceder a la información cualitativa de las cuentas anuales de las empresas españolas. Con la adquisición de la misma, el alumno podrá acceder a una mayor cantidad de información para la comprensión y en análisis de los estados financieros y el diagnóstico económico, financiero y patrimonial de empresas.

Mejora de prácticas e indicadores

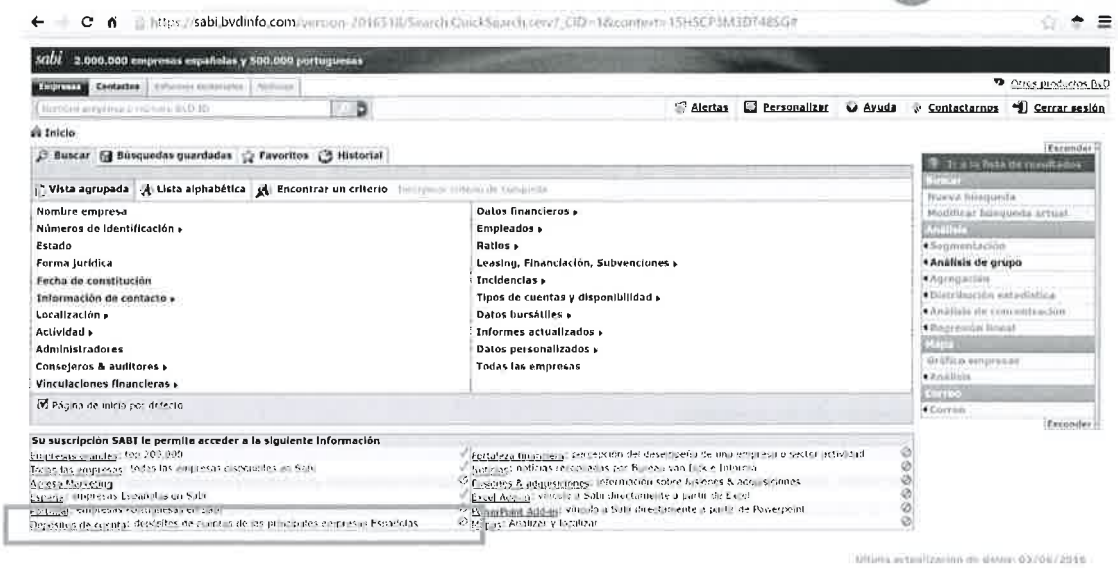
La adquisición de esta opción de la base de datos de SABI posibilitará la mejora de las prácticas de las asignaturas relacionadas con la elaboración y análisis de los estados financieros de las empresas y el indicador principal para comprobar la mejora que supone el uso de las mismas es el número de casos prácticos disponibles para el alumno, el cual se espera se incremente considerablemente, aumentando las opciones de estudiar casos prácticos reales por parte de estos alumnos.

Estudiantes que se verán beneficiados

Señalar que el estudiante objetivo es aquél que cursa Contabilidad Financiera 2 y Análisis de Estados Financieros en el Grado en Administración y Dirección de Empresas, Contabilidad Financiera Avanzada, Estados Financieros, Análisis Contable 1 y Análisis Contable 2 en el Grado en Finanzas y Contabilidad. Además, se beneficiarán los alumnos del Máster Universitario en Auditoría de Cuentas.

Tipo de material y breve descripción del mismo

Aunque actualmente se dispone de acceso a SABI en la Universidad de Granada, se propone la adquisición de un módulo opcional para poder descargas las cuentas anuales, incluida la memoria, en pdf de las empresas consultadas en SABI. El importe de este módulo es de 7500€ más IVA y estará disponible a través de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.



PROGRAMA DE AUDITORÍA DE MERCHANDISING

Objetivos y justificación de la petición

La asignatura "Logística y Merchandising", del módulo "Dirección de las relaciones y venta" del Grado de Marketing e Investigación de Mercados (GIMI) permite completar el estudio de las diferentes acciones y actividades que persiguen maximizar la rentabilidad del punto de venta, en particular de los establecimientos que operan bajo la fórmula del libre servicio. Estas acciones y actividades tomaron como punto de partida los contenidos impartidos en otras asignaturas del Grado (como Comunicación Comercial, Distribución Comercial o Dirección de Ventas). Las competencias a alcanzar en la parte de *merchandising* son, entre otras, "Solidez en los conocimientos básicos de la profesión" (CG2), "Habilidades de utilización herramientas informáticas aplicables al ámbito de estudio" (CG5), "Capacidad para la resolución de problemas" (CG8), "Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica" (CG24) y "Comprender la relación entre la gestión del *merchandising* y el nivel de servicio ofrecido al cliente, y conocer los principios básicos de la gestión por categorías" (CE49).

El programa metodológico de auditoría del marketing del punto de venta que se propone en el presente proyecto (denominado MRS PLUS) contribuirá a alcanzar estas competencias. Más concretamente, este programa propone un innovador sistema de auditoría de marketing aplicado al punto de venta, dirigido a instituciones docentes y empresariales, con el objetivo de desarrollar proyectos de formación y consultoría especializados en "retail marketing" (RM). Está diseñado para la formación y entrenamiento de técnicos y auditores en RM, con el propósito de conseguir un excelente nivel de cualificación de expertos profesionales y docentes para mejorar la competitividad y promover la excelencia en el sector del comercio minorista.

Como se han indicado este paquete incluye, además de la licencia de explotación del software, un sistema de aprendizaje, es decir, un programa de formación teórico-práctico (online y/o

presencial) por parte del diseñador del software y especialista en RM para lograr el desarrollo profesional de sus participantes.

Mejora de prácticas e indicadores

El programa metodológico de auditoría del marketing del punto de venta que se propone en el presente proyecto (denominado MRS PLUS) permitirá mejorar las prácticas de la asignatura. Concretamente contribuirá a alcanzar aquellas competencias más relacionadas con las prácticas de *merchandising* de la asignatura (CG2, CG5, CG8, CG24, CE49). El software que se solicita propone un innovador sistema de auditoría de marketing aplicado al punto de venta, que mejora el nivel de cualificación de expertos profesionales y docentes para mejorar la competitividad y promover la excelencia en el sector del comercio minorista.

Estudiantes que se verán beneficiados

Estudiantes de la asignatura optativa "Logística y Merchandising" del Grado de Marketing e Investigación de Mercados y del Módulo IV de Prácticas y Actividades complementarias del Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor.

Acciones de mejora a las que se atiende

De forma particular, esta solicitud se encuadra en la acción 10886-Fomentar entre el profesorado el desarrollo de programas para apoyar la formación de los estudiantes y mejorar su éxito académico, dentro del Grado en Marketing e Investigación de Mercados y de la acción 10009-Necesidad de dotar de mayores contenidos prácticos a las materias impartidas del Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor.

Tipo de material y breve descripción del mismo

Este programa metodológico de auditoría del marketing del punto de venta (denominado MRS PLUS) está constituido por: a) Licencia anual de uso metodológico [MRS PLUS©], b) un programa de aprendizaje –formación y entrenamiento- (para el primer año), c) manuales de consulta y procedimiento para desarrollar proyectos de auditoria en el punto de venta y d) los derechos de uso de la herramienta informática.

Número de unidades: 1 licencia anual sin limitación de uso del software, 2 documentos de consulta y 25 manuales de procedimiento: "Merchandising. Auditoría de Marketing en el Punto de Venta".

ORDENADORES PARA LAS AULAS DE INFORMÁTICA

Dentro de la MODALIDAD 7: "Proyectos para subvencionar la renovación de ordenadores en aulas de ordenadores " del XXIV Programa de Apoyo a la Docencia Práctica, se solicitan 72 ordenadores con pantalla, teclado y ratón para la renovación de dos aulas de informática de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y que son utilizadas en prácticas.

PROYECTORES

Dentro de la MODALIDAD 5: "Proyectos para subvencionar material audiovisual" del XXIV Programa de Apoyo a la Docencia Práctica, donde se estima en 375€ el precio de un proyector de gama normal (características mínimas: 2.500 ANSI lumens, contraste 2.000:1, entrada HDMI). Se solicitan 16 video-proyectores de gama normal para las aulas, tanto de docencia como de informática, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Lo que hace un montante total de 6.000€.

Justificación de la mejora de las prácticas e indicadores que permitan evaluar la misma:

La gran mayoría de las prácticas en los estudios de Economía y Empresa consisten en la difusión de material audiovisual elaborado por el profesor o en la utilización de simuladores informáticos, la utilización del video-proyector es una herramienta imprescindible para poder llevarlas a efecto. Este hecho hace necesario dotar de video-proyectores a las nuevas aulas docentes del Centro.

PRÁCTICA DE CAMPO: PRODUCTOS TURÍSTICOS DE GRANADA

Objetivos y justificación de la petición

En la asignatura de Marketing de Productos Turísticos del Grado en Turismo se pretende que el estudiante, además de lograr los conocimientos relacionados con el ámbito de la comercialización turística, desarrolle una serie de competencias fundamentales para el desempeño de su labor profesional.

Se pretende que introducir cambios significativos tanto en los contenidos, prácticas, así como en la orientación profesional, por lo que es necesario incorporar nuevas metodologías para innovar y motivar al estudiante acercándolo a la realidad de su sector empresarial.

Este proyecto que presentamos constituye una iniciativa enmarcada dentro de la estrategia del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados para la mejora de su docencia práctica y para la adaptación del proceso de enseñanza-aprendizaje a las directivas impuestas por el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). De ahí, que se estén aplicando metodologías docentes que fomenten un aprendizaje centrado en el estudiante, que pueda construir su aprendizaje en un entorno real de forma activa y colaborativa.

En este contexto, se plantea que los estudiantes del Grado en Turismo: por un lado, identifiquen los recursos, atracciones y productos que forman parte de la oferta del destino turístico Granada. Por otro, analicen estos elementos a través de la visita y, además, que *in situ* sean los propios profesionales quienes les ilustren con su propia experiencia. Y, por último, aprendan de forma práctica cómo se promocionan estos recursos, atracciones y se comercializan los diferentes productos de un destino turístico (monumental, cultural, gastronómico, de congresos, etc.).

A este respecto, entendemos que el apoyo de los profesionales y expertos del turismo permitirían dinamizar el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumno del Grado en Turismo. Y todo esto, en una situación real y contextualizada que no se puede proporcionar con los sistemas "tradicionales" de enseñanza en el aula. Además, se puede llevar a una comunicación bidireccional entre los alumnos y los diferentes profesionales del campo turístico.

Mejora de prácticas e indicadores

El **objetivo fundamental de la docencia práctica** es mejorar el aprendizaje de las estrategias e instrumentos de marketing turístico que se están llevando por parte de instituciones y empresas del destino Granada, a partir de las visitas que los alumnos van a realizar. Concretamente, estas mejoras consisten en: 1) que el alumno se familiarice con la realidad de las empresas e instituciones del sector turístico, 2) que conozca y diferencie los diferentes recursos, atracciones y productos turísticos de un destino, 3) proporcionarle al alumno una visión contextualizada de los contenidos de la asignatura, y 4) que ponga en práctica los contenidos de la asignatura en la solución a problemas, situaciones y casos reales que se plantean a partir de las visitas realizadas.

Por un lado, se pretende que los estudiantes conozcan algunas empresas e instituciones que operan en un destino turístico, que analicen los diferentes recursos, atracciones y productos que ofrece el destino, aprendan cuáles son las estrategias de comercialización que se están aplicando en la actualidad en el sector turístico e identifiquen los distintos instrumentos de promoción turística tanto a nivel empresarial como de destino. Por otro, se pretende que los alumnos desarrollen una serie de competencias específicas relacionadas con su futuro ámbito profesional e integren diferentes contenidos interdisciplinares de sus estudios de Grado. Y por último, estas prácticas permitirán a los estudiantes desarrollar y presentar un trabajo en base a los contenidos de la asignatura que Marketing de Productos Turísticos que forma parte de este proyecto, pero adaptados a la realidad de un destino innovador y dinámico como es Granada.

Estudiantes que se verán beneficiados

Los estudiantes afectados son los 2 grupos que cursan la asignatura Marketing de Productos Turísticos (obligatoria) de 3º curso del Grado en Turismo e impartida en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: total 4 grupos de prácticas en el 1º semestre.

Acciones de mejora a las que se atiende

Con esta petición se pretenden atender la acción de mejora 10917 titulada "Definición Fomento del uso de los recursos docentes disponibles y actualización de las metodologías docentes", recogida en el Plan de Mejora del Grado en Turismo:

Tipo de material y breve descripción del mismo

Financiación de las entradas para la visita guiada a distintos monumentos, museos y atracciones turísticas de Granada.

Según factura proforma que se acompaña, el coste estimado es de 400 € para un total de 100 alumnos. Esta actividad debe desarrollarse durante el primer cuatrimestre.

PRÁCTICA DE CAMPO: VEGA DE GRANADA

Objetivos y justificación de la petición

No se puede entender Granada sin su Vega. Fuente de riqueza y bienestar a lo largo de los siglos, posibilitó el surgimiento de prosperas civilizaciones que vivían de su agricultura y ganadería. Es más, la configuración urbana del área metropolitana de Granada se hizo siempre teniendo en cuenta el espacio agrario.

La Vega de Granada está viviendo en la actualidad un periodo muy interesante en el que la ciudadanía, organizada en plataformas, está reivindicándola como fuente de riqueza y trabajo, despensa de las poblaciones colindantes y espacio que le ha dado identidad cultural e histórica a través de los siglos. Pero no sólo es reivindicación, las experiencias en agroecología, *ecomercados*, cooperativismo y otros están empezando a cambiar la fisonomía de este espacio agrario y a superar el complejo de cenicienta de la agricultura. Es fundamental conocer todos esos procesos en los que la ciudadanía toma conciencia de su propio territorio, de sus inmensos valores, y lucha por su defensa, dinamización y la conformación del llamado "Sujeto de Vega" o "Ciudadanía de Vega", esto es, la ciudadanía que quiere intervenir en las decisiones y transformaciones que necesitamos para avanzar hacia la sostenibilidad social y ambiental, pensando no ya en el presente sino en que las futuras generaciones puedan vivir en un espacio que genera alimentos y trabajo al tiempo que conforma un paisaje y un medio ambiente del que se puede disfrutar.

Para conocer y poder profundizar en lo expuesto, tendremos una charla participativa, a base de imágenes que irán contando la historia de 20 años de experiencia de estas plataformas, exponiendo los retos actuales, las oportunidades, obstáculos y proyectos que trabajan para que la Vega de Granada se dinamice. Por otra parte, daremos un paseo por el entorno de una de las acequias más emblemáticas de Granada, conociendo el modelo de riegos, reparto del agua, paisaje, molinos históricos y el paisaje que crea este modelo de agricultura. En este paseo se hablará de agricultura, economía, agua, historia, medio ambiente, paisaje y cultura (acabaremos en la Huerta del Tamarit, muy ligada a la figura de Federico García Lorca)

Mejora de prácticas e indicadores

Se trata de ofrecer una excusión al alumnado, de tal forma que vean la importancia y la utilidad, no solo a nivel económico, sino también a nivel social y antropológico, de la Vega de Granada.

De tal forma, se pretenden conocer las oportunidades económicas y de ocio que la Vega ofrece, con el fin de incrementar las capacidades de las personas y el bien común de la población de Granada.

Se ofrecerá una charla introductoria para poner al día al alumnado de la historia de la Vega y sus oportunidades de desarrollo económico y social, para posteriormente efectuar un paseo guiado por los expertos que la introducen en la charla.

Tras finalizar el paseo, se realizará un grupo focal con el fin de poner en común qué se ha aprendido con el paseo y ponerlo en relación con los contenidos de la docencia reglada.

Se pretende ofertar dos paseos con 75 plazas cada uno, uno por la mañana y otro por la tarde.

Estudiantes que se verán beneficiados

Los alumnos directamente beneficiados son los alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. En primer lugar, se ofertará el viaje a los alumnos de la asignatura Economía del Medio Ambiente y de los Recursos Naturales del Grado en Economía. Si no se cubren todas las plazas, este viaje se hará extensivo a la Comunidad Universitaria. El número de alumnos de esta asignatura ronda los 200, y se ofertan 150 plazas.

Acciones de mejora a las que se atiende

Al poner en práctica el conocimiento adquirido en el aula, los alumnos de Grado se benefician, al mejorar la adquisición de los conocimientos teóricos mediante experiencias personales. Esta iniciativa se enmarca dentro de la acción de mejora 10923 relativa a fomentar el uso por parte del profesorado de todos los recursos de que dispone para el desarrollo de su docencia, según se recoge en el correspondiente Plan de Mejora del título de Grado en Economía.

Tipo de material y breve descripción del mismo

Se trata de una práctica de campo que incluye una visita guiada a la Vega de Granada. El coste asciende a 330€, para la suma de los dos grupos de visita y debe ser completada. Esta actividad se desarrollará durante el segundo semestre del curso.

PRÁCTICA DE CAMPO: VISITA A MERCAPUMA

Objetivos y justificación de la petición

El objetivo es conocer el mercado social y la creación de la moneda social "El Puma", que ha experimentado un gran auge en los últimos años. Se proyecta crear un escenario de

aprendizaje en el que el alumnado puede aprender sobre la economía local, a través de una experiencia de moneda social.

Mejora de prácticas e indicadores

Los responsables nos recibirán para visitar un mercado donde se puede trocar, o vender y comprar con PUMAS, y que se llama MercaPUMA.

La visita tiene como objetivo conocer las instalaciones y la gestión de una moneda social. Para ello, contaremos con dos guías que, tras realizar una charla introductoria, nos introducirán al barrio y las relaciones económicas y sociales que, por la naturaleza y particularidad de este barrio y la existencia de la moneda social, son de especial interés. También conoceremos las alternativas de desarrollo en torno al comercio local y a la relación con el medio ambiente.

Exploraremos cuáles son las causas económicas, sociales y culturales para que se dé un mercado con una moneda local, de tal forma que se fomente el comercio local y las relaciones humanas. Además, profundizaremos en la utilidad del mercado social para reducir la pobreza y la exclusión social.

Resulta de especial interés para los estudiantes de Economía para conocer de primera mano el funcionamiento del sistema de monedas complementarias LETS (Local Exchange Trade System): un sistema de intercambio local por puntos, donde la suma total de todas las cuentas es siempre cero. Además, los estudiantes tendrán la posibilidad de participar en el mercado a través de un sistema de intercambio comunitario.

Los estudiantes deberán presentar una pequeña memoria gráfica sobre la actividad realizada que ponga de manifiesto la mejora en la competencia señalada más adelante, así como para tratar de relacionar los contenidos de la docencia reglada con la experiencia de campo.

Estudiantes que se verán beneficiados

Los alumnos directamente beneficiados son los alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. En primer lugar, se ofertará el viaje a los alumnos de la asignatura Economía del Medio Ambiente y de los Recursos Naturales, del Grado en Economía. Si no se cubren todas las plazas, este viaje se hará extensivo a la Comunidad Universitaria. El número de alumnos de esta asignatura ronda los 200, y se ofertan 55 plazas, por lo que se espera cubrir todas las plazas.

Acciones de mejora a las que se atiende

Esta visita se destina a la mejora de la competencia "capacidad para aplicar conocimientos a la práctica". El estudiante comprenderá y relacionará los aspectos teóricos y prácticos de la asignatura. Además, podrá aplicar sus conocimientos a la resolución de problemas económicos mediante formas alternativas. Esta iniciativa se enmarca dentro de la acción de mejora 10923 relativa a fomentar el uso por parte del profesorado de todos los recursos de que dispone para el desarrollo de su docencia, según se recoge en el correspondiente Plan de Mejora del título de Grado en Economía.

Tipo de material y breve descripción del mismo

Se trata de una práctica de campo que consiste en una visita a MercaPuma en Sevilla. El coste asciende a 710,23 €, incluyendo el transporte y la entrada al recinto. Esta actividad está planificada para el segundo cuatrimestre del curso.

PRÁCTICA DE CAMPO: VISITA A FITUR, EDICION DE 2017

Objetivos y justificación de la petición

La práctica tiene por objetivo incentivar a los alumnos del Grado de Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales a profundizar en el conocimiento del sector turístico en el ámbito nacional e internacional. Esta práctica está inserta en la asignatura optativa de Historia Económica y Social del Turismo.

Mejora de prácticas e indicadores

Esta visita es una activad especialmente apropiada para que las alumnas/os tomen conciencia:

- En primer lugar, de la dimensión, de la diversidad y las posibilidades que presenta el fenómeno turístico en nuestros días.
- En segundo lugar, de las constantes innovaciones que se llevan a cabo en este campo
- En tercer lugar, del número tan importante de empresas y otras organizaciones públicas y privadas que están implicados en él.
- En cuarto lugar, de la necesidad de que adquieran una formación abierta, compleja dinámica si quieren prosperar en este sector.
- En síntesis, tomar consciencia de que sus estudios están altamente relacionados con los cambios más importantes que se están produciendo en la sociedad y economía moderna y que merece la pena implicarse en ellos con ilusión.

Estudiantes que se verán beneficiados

El número viene determinado por la capacidad del medio de transporte que utilizamos, en torno a 50 plazas. Las alumnas/os tienen prioridad son los de cuarto curso de Historia Económica y Social del Turismo (Grado en Turismo). De quedar plazas libres se incluirían de otros cursos y titulaciones.

Acciones de mejora a las que se atiende

Dentro del Plan de Mejora del Grado en Turismo esta actividad se enmarca en la acción de mejora 10917-Fomento del uso de los recursos docentes disponibles y actualización de las metodologías docentes.

Tipo de material y breve descripción del mismo

La visita a FITUR la hemos llevado a cabo en los dos últimos cursos académicos, siendo una actividad de magnífica acogida y valoración por parte del alumnado.

Esta práctica se estructura en dos niveles. En primer lugar, a lo largo de las primeras semanas del curso las alumnas/os, en grupo, realizan un trabajo monográfico sobre los eventos para la difusión del turismo, centrándose especialmente en las Ferias Internacionales. En segundo lugar, realizamos una vista a FITUR en la que las alumnas/os, acompañados por el profesor de la asignatura de Historia Social y Económica del Turismo visitan dicha Feria. Por último, de vuelta se haría una síntesis de lo observado en Feria, poniendo de manifiesto aquellos aspectos que nos ha parecido de mayor interés.

El desarrollo de esta actividad tiene dos gastos fundamentales: el transporte, y la entrada al recinto de IFEMA. El coste del primero asciende a 880,63 euros, mientras que la entrada, previo acuerdo con la SECRETARÍA DE FITUR, se sitúa en unos 50 euros, 2 euros por persona. Esta actividad está prevista para enero de 2017.

ANEXO III

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROPUESTA PLAN DOCENTE. CURSO 2016-2017

1. OFERTA DE PLAZAS
2. ESTRUCTURA DE GRUPOS Y OFERTA DE OPTATIVAS
   - 2.1. LICENCIATURAS
   - 2.2. GRADOS
3. CRITERIOS E INFORMACIÓN RELATIVOS A LOS HORARIOS DE DOCENCIA DE GRUPOS AMPLIOS Y REDUCIDOS EN LAS TITULACIONES DE GRADO
4. CRITERIOS E INFORMACIÓN RELATIVOS AL CALENDARIO OFICIAL DE EXÁMENES
5. CRITERIOS DE ASIGNACIÓN DE ESPACIO A ACTIVIDADES DOCENTES Y ACADÉMICAS
6. PROGRAMAS Y GUÍAS DOCENTES DE LAS ASIGNATURAS IMPARTIDAS EN EL CENTRO.

1. OFERTA DE PLAZAS

En el curso 2016/2017, la oferta de plazas para los estudiantes de nuevo ingreso y para los estudiantes que solicitan traslado por cambio de Universidad y/o estudios universitarios oficiales y por haber superado estudios universitarios extranjeros no homologados, es la siguiente:

	Plazas ofertadas 2013/2014	Plazas ofertadas 2014/2015	Plazas ofertadas 2015/2016	**Plazas ofertadas 2016/2017**	**Plazas para traslados 2016/2017**
GRADO ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	281	281	281	**281**	**5**
GRADO ECONOMÍA	237	237	237	**237**	**3**
GRADO FINANZAS Y CONTABILIDAD	129	129	129	**132**	**3**
GRADO MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	129	129	129	**132**	**3**
GRADO TURISMO	144	144	144	**144**	**3**
GRADO ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y GRADO DERECHO	143	143	143	**143**	**3**

2. ESTRUCTURA DE GRUPOS Y OFERTA DE OPTATIVAS

2.1. LICENCIATURAS

En el curso 2016/2017 finaliza el proceso de extinción de las distintas licenciaturas que se imparten en la Facultad. Por tanto, sólo se ofertarán, sin docencia y con derecho a examen, asignaturas obligatorias/troncales de 5º y 6º curso de la **Doble Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas-Derecho,** así como aquellas asignaturas optativas de LADE, que se ofertaron el curso académico 2015/2016 solo para estudiantes de la doble titulación con el código 128. Estas asignaturas son las siguientes:

ASIGNATURAS SIN DOCENCIA QUE CONTINUARÁN OFERTÁNDOSE EN EL CURSO ACADÉMICO 2016/2017. Doble Licenciatura ADE-Derecho (código 128)		
	1º Semestre	**2º Semestre**
Troncales/ obligatorias	Econometría 1 Dirección Financiera 1 Dirección Estratégica 1	Econometría 2 Dirección Financiera 2 Dirección Estratégica 2
Optativas	Consolidación de Estados Contables Contabilidad de Gestión Contabilidad de Situaciones Especiales de la Empresa Contabilidad Pública Distribución Comercial Programación Presupuestaria	Auditoría de Cuentas Comportamiento del Consumidor Comunicación Comercial Investigación de Mercados Organización de Empresas

2.2. GRADOS

2.2.1. Estructura de grupos

En el curso académico 2016/2017 la estructura de grupos de cada una de las titulaciones que se imparten la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales no sufre ninguna modificación con respecto al curso 2015/2016.

ESTRUCTURA DE GRUPOS CURSO 2016/2017					
Grados	**1º curso**	**2º curso**	**3º curso**	**4º curso**	**5º curso**
Grado en Administración y Dirección de Empresas	5	5	4	5	
Grado en Economía	4	4	3	3	
Grado en Finanzas y Contabilidad	2	2	2	2	
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	2	2	2	2	
Grado en Turismo	2	2	2	2	
Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Derecho	2	2	2	2	2

Por otra parte, los créditos correspondientes a la asignatura obligatoria "Prácticas Externas" del Grado en Turismo se asignarán en el curso académico 2016/2017 a los siguientes Departamentos:

- Comercialización e Investigación de Mercados (8,3 créditos)
- Economía Aplicada (8,3 créditos)
- Economía Financiera y Contabilidad (8,3 créditos)
- Economía Internacional y de España (8,3 créditos)

Y, por último, recordar que en el curso académico 2014/2015 fue necesaria la ampliación de un nuevo grupo reducido de la asignatura obligatoria "Tecnología Informática para la Empresa", del Grado en Turismo. **De este modo, en el curso 2016/2017 se mantendrá la oferta del curso 2014/2015 y del curso 2015/2016, esto es, dos grupos amplios y cinco grupos reducidos.**

2.2.2. Oferta de optativas

En el curso académico 2016/2017 solo se modifica la oferta de grupos de las siguientes asignaturas optativas:

- "Economía y Política Regional" del Grado en Economía, que pasa a tener dos grupos reducidos.
- "Imposición Indirecta" y "Planificación Financiera y Valoración de Empresas" del Grado en Finanzas y Contabilidad, que pasan a tener un grupo reducido.

GRADO EN ECONOMÍA VARIACIONES OFERTA GRUPOS DE OPTATIVAS CURSO 2016/2017							
ASIGNATURA	**DEPARTAMENTO**	**Curso 2015/2016**			**Curso 2016/17**		
		Nº Gr. Amplio	**Nº Gr. Reducido**	**Nº Créditos Totales**	**Nº Gr. Amplio**	**Nº Gr. Reducido**	**Nº Créditos Totales**
Economía y Política Regional (primer semestre)	ECONOMÍA INTERNACIONAL Y DE ESPAÑA	1	1	4,5	1	2	6

GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD VARIACIONES OFERTA GRUPOS DE OPTATIVAS CURSO 2016/2017							
ASIGNATURA	DEPARTAMENTO	Curso 2015/2016			Curso 2016/17		
		Nº Gr. Amplio	Nº Gr. Reducido	Nº Créditos Totales	Nº Gr. Amplio	Nº Gr. Reducido	Nº Créditos Totales
Imposición Indirecta (primer semestre)	DERECHO FINANCIERO Y TRIBUTARIO	1	2	6	1	1	4,5
Planificación Financiera y Valoración de Empresas (primer semestre)	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	1	2	6	1	1	4,5

Considerando estas modificaciones, la oferta completa de optativas para el curso académico 2016/2017 sería la siguiente:

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS OFERTA DE OPTATIVAS. CURSO 2016/2017				
PRIMER SEMESTRE	DEPARTAMENTO/ÁREA DE CONOCIMIENTO	Nº Grupos Amplio	Nº Grupos Reducido	Nº Créditos Totales (1)
Auditoría de Estados Financieros	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	2	4	12
Comercio Exterior	ECONOMÍA INTERNACIONAL Y DE ESPAÑA	1	2	6
Dirección de Operaciones II	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	1	2	6
Distribución Comercial	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	2	4	12
Gestión de la Calidad Empresarial	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	1	2	6
Gestión Medioambiental de la Empresa	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	1	2	6
Gestión de Empresas en el Marco Internacional	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	2	4	12
Investigación de Mercados	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	2	4	12
TOTAL GRUPOS OFERTADOS		12	24	
SEGUNDO SEMESTRE	DEPARTAMENTO/ÁREA DE CONOCIMIENTO	Nº Grupos Amplio	Nº Grupos Reducido	Nº Créditos Totales(1)
Análisis y Control de Costes	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	2	4	12
Comunicación Comercial	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	2	4	12
Dirección de Recursos Humanos II	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	1	2	6
Gestión de la Innovación y la Tecnología	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	1	2	6
Organización Industrial: Evidencias Históricas	HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS	2	4	12
Planificación y Valoración de Empresas	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	2	4	12
Régimen Laboral de la Empresa	DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL	2	4	12
TOTAL GRUPOS OFERTADOS		12	24	

(1) Nº créditos grupo amplio=3. Nº créditos grupo reducido=1,5.

GRADO EN ECONOMÍA OFERTA DE OPTATIVAS. CURSO 2016/2017				
PRIMER SEMESTRE	**DEPARTAMENTO/ÁREA DE CONOCIMIENTO**	**Nº Grupos Amplio**	**Nº Grupos Reducido**	**Nº Créditos Totales (1)**
Economía del Trabajo	ECONOMÍA APLICADA	1	2	6
Economía Pública	ECONOMÍA APLICADA	1	2	6
Economía y Política Regional	ECONOMÍA INTERNACIONAL Y DE ESPAÑA	1	2	6
Economía del Gasto Público	ECONOMÍA APLICADA	1	2	6
Historia Económica de Andalucía	HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS	1	2	6
Historia Económica de España	HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS	1	2	6
Política Económica de España	ECONOMÍA INTERNACIONAL Y DE ESPAÑA	1	2	6
TOTAL GRUPOS OFERTADOS		7	14	
SEGUNDO SEMESTRE	**DEPARTAMENTO/ÁREA DE CONOCIMIENTO**	**Nº Grupos Amplio**	**Nº Grupos Reducido**	**Nº Créditos Totales (1)**
Economía de la Unión Europea	ECONOMÍA INTERNACIONAL Y DE ESPAÑA	2	4	12
Economía Experimental	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO	1	2	6
Economía Industrial y de Juegos	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO/ MET.CUANT.ECONOMIA Y EMPRESA	No se oferta		
Economía Monetaria y Bancaria	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO	No se oferta		
Economía Urbana	ECONOMÍA APLICADA	2	4	12
Integración Económica Internacional	ECONOMÍA INTERNACIONAL Y DE ESPAÑA	2	4	6
Macroeconomía Internacional(2)	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO	1	2	6
Economía del Medio Ambiente y de los Recursos Naturales	ECONOMÍA APLICADA	2	4	12
TOTAL GRUPOS OFERTADOS		10	20	

(1) Nº créditos grupo amplio=3. Nº créditos grupo reducido=1,5.

(2) La asignatura Macroeconomía Internacional debería impartirse en el primer semestre según lo acordado en las reuniones de los equipos docentes.

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS OFERTA DE OPTATIVAS. CURSO 2016/2017				
PRIMER SEMESTRE	**DEPARTAMENTO/ÁREA DE CONOCIMIENTO**	**Nº Grupos Amplio**	**Nº Grupos Reducido**	**Nº Créditos Totales(1)**
Análisis de Datos Cualitativos	ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN OPERATIVA	1	1	4,5
Desarrollo de Nuevos Productos	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	1	2	6
Historia de la Actividad Comercial y del Marketing(2)	HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS	1	2	4,5(2)
Información Contable para la Gestión	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	1	1	4,5
Informática Aplicada a la Gestión Comercial(3)	LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS	1	2	9(3)
Planificación de Medios y Soportes	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	1	2	6
Técnicas Estadísticas Multivariantes	ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN OPERATIVA	1	1	4,5
TOTAL GRUPOS OFERTADOS		7	11	
SEGUNDO SEMESTRE	**DEPARTAMENTO/ÁREA DE CONOCIMIENTO**	**Nº Grupos Amplio**	**Nº Grupos Reducido**	**Nº Créditos Totales(1)**
Gestión Medioambiental y de Calidad Empresarial	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	No se oferta		
Inglés para la Comunicación Intercultural y la Negociación	FILOLOGÍA INGLESA	1	2	6
Logística y Merchandising	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	1	2	6
Marketing Cultural y Turístico	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	1	2	6
Marketing Electrónico	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	1	2	6
Régimen Jurídico del Mercado	DERECHO MERCANTIL	1	2	6
Sistemas Informáticos de Soporte a la Colaboración y la Decisión(3)	LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS	1	2	9(3)
Sociología del Consumo (4)	SOCIOLOGÍA	1	2	6
TOTAL GRUPOS OFERTADOS		7	14	

(1) Nº créditos grupo amplio=3. Nº créditos grupo reducido=1,5.

(2) La asignatura Historia de la Actividad Comercial y del Marketing tiene una presencialidad del 20%, por este motivo a un grupo amplio con dos grupos reducidos le corresponden 4,5 créditos, en vez de 6 que son los créditos correspondientes a una presencialidad del 30%.

(3) Todas las asignaturas impartidas por el Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos tienen una presencialidad del 40%, esto es, 9 créditos cuando se oferta un grupo amplio y dos reducidos.

(4) La asignatura "Sociología del Consumo" debería impartirse en el primer semestre según lo acordado en las reuniones de los equipos docentes.

GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD OFERTA DE OPTATIVAS. CURSO 2016/2017				
PRIMER SEMESTRE	**DEPARTAMENTO/ÁREA DE CONOCIMIENTO**	**Nº Grupos Amplio**	**Nº Grupos Reducido**	**Nº Créditos Totales(1)**
Consolidación de Estados Financieros	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	1	1	4,5
Contabilidad de Entidades Públicas	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	1	1	4,5
Derecho Mercantil: Contratación mercantil y títulos valores(2)	DERECHO MERCANTIL	1	2	6
Hacienda Pública	ECONOMÍA APLICADA	1	2	6
Historia de la Empresa	HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS	1	2	4,5
Imposición Indirecta	DERECHO FINANCIERO Y TRIBUTARIO	1	1	4,5
Planificación Financiera y Valoración de Empresas	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	1	1	4,5
TOTAL GRUPOS OFERTADOS		7	9	
SEGUNDO SEMESTRE	**DEPARTAMENTO/ÁREA DE CONOCIMIENTO**	**Nº Grupos Amplio**	**Nº Grupos Reducido**	**Nº Créditos Totales(1)**
Auditoría de Estados Financieros	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	1	2	6
Contabilidad de Gestión Avanzada	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	1	2	6
Finanzas Internacionales	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	1	2	6
Imposición Directa de las Sociedades(2)	DERECHO FINANCIERO Y TRIBUTARIO	1	2	6
Informática Aplicada a la Gestión Empresarial(2)	LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS	1	2	9(3)
Marketing Financiero	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	1	2	6
Métodos Cuantitativos para Finanzas y Contabilidad	MET.CUANT.ECONOMIA Y EMPRESA	1	2	6
Retribución y Cotizaciones Sociales	DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL	No se oferta		
TOTAL GRUPOS OFERTADOS		7	13	

(1) Nº créditos grupo amplio=3. Nº créditos grupo reducido=1,5.

(2) Las asignaturas "Derecho Mercantil: Contratación mercantil y títulos valores", "Imposición Directa de las Sociedades" e "Informática Aplicada a la Gestión Empresarial", deberían impartirse en semestre contrario, según lo acordado en las reuniones de los equipos docentes.

(3) Todas las asignaturas impartidas por el Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos tienen una presencialidad del 40%, esto es, 9 créditos cuando se oferta un grupo amplio y dos reducidos.

GRADO EN TURISMO OFERTA DE OPTATIVAS. CURSO 2016/2017				
PRIMER SEMESTRE	**DEPARTAMENTO/ÁREA DE CONOCIMIENTO**	**Nº Grupos Amplio**	**Nº Grupos Reducido**	**Nº Créditos Totales[1]**
Fiscalidad de las Empresas del Sector del Turismo	DERECHO FINANCIERO Y TRIBUTARIO	1	1	4,5
Geografía Turística de Andalucía	ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL	No se oferta		
Historia Económica y Social del Turismo	HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS	1	2	6
Operaciones y Procesos de Producción en Empresas Turísticas	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	No se oferta		
Planificación y Valoración de Empresas	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	1	1	4,5
Sociología del Turismo y del Ocio[2]	SOCIOLOGÍA	1	2	6
TOTAL GRUPOS OFERTADOS		4	6	
SEGUNDO SEMESTRE	**DEPARTAMENTO/ÁREA DE CONOCIMIENTO**	**Nº Grupos Amplio**	**Nº Grupos Reducido**	**Nº Créditos Totales[1]**
Gastronomía y Enología	NUTRICIÓN Y BROMATOLOGÍA	1	2	6
Marketing Hotelero y de Restauración	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	1	2	6
Patrimonio Cultural y Turismo	ANTROPOLOGÍA SOCIAL/ HISTORIA DEL ARTE	1	2	6
Relaciones de Trabajo y Contratación Laboral	DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL	1	2	6
Sistemas de Información Basados en Internet	LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS	1	2	9[3]
TOTAL GRUPOS OFERTADOS		5	10	

(1) Nº créditos grupo amplio=3. Nº créditos grupo reducido=1,5.

(2) La asignatura "Sociología del Turismo y del Ocio" debería impartirse en el segundo semestre, según lo acordado en las reuniones de los equipos docentes.

(3) Todas las asignaturas impartidas por el Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos tienen una presencialidad del 40%, esto es, 9 créditos cuando se oferta un grupo amplio y dos reducidos.

3. CRITERIOS E INFORMACIÓN RELATIVOS A LOS HORARIOS DE DOCENCIA DE GRUPOS AMPLIOS Y REDUCIDOS EN LAS TITULACIONES DE GRADO.

Para el curso 2016/2017 se propone como horario de partida en las reuniones de elección de horarios el vigente en el curso 2015/2016. Si bien, ha sido necesario introducir modificaciones puntuales como consecuencia, principalmente, de los cambios registrados en la oferta de grupos reducidos de algunas asignaturas optativas (Anexo 1).

Por otra parte, con el objeto de garantizar un horario razonable a los estudiantes, se establece una serie de criterios a tener en cuenta por el profesorado en las reuniones de elección de horarios. Estos criterios se detallan a continuación y, entre ellos, figuran algunos que son aplicables a todos los títulos y otros que responden a las especificidades de determinados grados. Los horarios resultantes de estas reuniones serán los horarios definitivos para el curso académico 2016/2017.

Criterios a tener en cuenta en las reuniones de elección de horarios

1. En el mismo día sólo podrán impartirse dos horas de la misma asignatura.
2. No podrán impartirse dos horas aisladas en un día.
3. Se evitará, en la medida de lo posible, que se impartan cuatro horas de grupo reducido seguidas, porque en el caso de que un profesor optara por alternar la docencia de grupo reducido por semanas, el alumno podría tener en un día tan sólo una hora de clase. No obstante, en ningún caso podrán impartirse 6 horas de grupo reducido consecutivas.
4. En el caso de que la franja horaria del conjunto de asignaturas a impartir en un día pueda adelantarse o retrasarse, este desplazamiento no podrá afectar a una única asignatura.
5. Entre dos asignaturas obligatorias de cuarto curso no podrá fijarse el horario de una asignatura optativa.
6. No podrán coincidir las asignaturas optativas de un grado entre sí, ni tampoco con las asignaturas obligatorias de cuarto curso, salvo que así se haya fijado en la propuesta inicial de horarios porque el número de optativas y grupos ofertados imposibilite el cumplimiento de este criterio. En todo caso, de ser inevitable la coincidencia horaria, ésta no deberá afectar a las asignaturas obligatorias.
7. Las asignaturas obligatorias de tercer y cuarto curso del grado en FICO no podrán impartirse los lunes por la mañana ni los viernes por la tarde, salvo que la optatividad de los estudiantes en ambos cursos del grado esté garantizada. De este modo, el coordinador de la titulación velará en las reuniones de elección de horarios para que al menos una optativa pueda ser cursada por los estudiantes de tercero sin que coincida su horario con el correspondiente a las asignaturas obligatorias del curso
8. Las asignaturas de Francés de segundo curso y de Francés y Alemán de tercero del Grado en Turismo, deberán figurar en el extremo inferior de la banda horaria si se imparten por la mañana y en el extremo superior de la banda horaria si se imparten por la tarde. Considerando que los alumnos de este Grado deben cursar obligatoriamente un segundo idioma y tan solo se oferta un grupo en cada caso, el objetivo es facilitar la asistencia a clase de los estudiantes de tarde al grupo de mañana o de los estudiantes del mañana al grupo de tarde, asignando a estas

asignaturas el horario comprendido entre las 12:30 y 14:30, y entre las 15:30 y 17:30.

9. Las asignaturas de Alemán de segundo curso de Grado en Turismo deberán figurar en los extremos de la banda horaria.
10. Las asignaturas obligatorias del doble grado ADE-Derecho deben impartirse exclusivamente en los días que figuran en los horarios de partida. Estos días han sido acordados con la Facultad de Derecho.

3.2. Criterios a aplicar en caso de conflicto en la elección de horarios

Se aplicarán los criterios aprobados en Junta de Facultad de 9 de marzo de 2010. Si bien, desde el curso académico 2014/2015 se incluye la figura de "Contratado Doctor Interino":

Cuerpos Docentes Universitarios

1. Catedrático de Universidad (antigüedad en dicha categoría en la Universidad de Granada)
2. Catedrático de Escuela Universitaria y/o Titular de Universidad (antigüedad en dicha categoría en la Universidad de Granada)
3. Titular de Escuela Universitaria. (antigüedad en dicha categoría en la Universidad de Granada)

Profesorado con vinculación permanente

4. Contratado Doctor (antigüedad en dicha categoría en la Universidad de Granada)
5. Colaborador (antigüedad en dicha categoría en la Universidad de Granada)

Profesorado no permanente

6. Contratado Doctor Interino (antigüedad en dicha categoría en la Universidad de Granada)
7. Ayudante Doctor (antigüedad en dicha categoría en la Universidad de Granada)
8. Ayudante (antigüedad en dicha categoría en la Universidad de Granada)
9. Profesor Sustituto Interino (antigüedad en dicha categoría en la Universidad de Granada)

Profesorado a tiempo parcial

10. Tiempo Parcial (ordenar primero por horas de dedicación y posteriormente por antigüedad en la categoría en la Universidad de Granada)

4. CRITERIOS E INFORMACIÓN RELATIVOS AL CALENDARIO OFICIAL DE EXÁMENES FINALES

La información relativa a los exámenes de las distintas convocatorias del curso 2016/2017 (fecha, hora y aulas) se publicará en la página web del Centro con anterioridad al inicio del período de matrícula de los estudiantes.

Las fechas de exámenes se fijarán atendiendo a los siguientes criterios:

1. Evitar la celebración de exámenes en sábado, en la medida de lo posible.

2. Distanciar los exámenes de las asignaturas básicas y obligatorias de cada uno de los cursos de las diferentes titulaciones, considerando además el número de matriculados de cada asignatura.

3. Distanciar la fecha de los exámenes de las asignaturas optativas y obligatorias de cuarto curso, considerando además el número de alumnos matriculados en cada una de ellas al objeto de minimizar las incidencias.

4. Rotar las fechas de los exámenes de las distintas asignaturas cuando la aplicación de los anteriores criterios así lo permita. De esta forma, siempre que sea posible, los exámenes fijados al final del calendario oficial de exámenes pasarán a realizarse al principio, y el resto se irán desplazando hacia el final. No obstante, en el curso 2016/17 la adaptación al nuevo calendario académico imposibilita que esta rotación pueda aplicarse en la convocatoria extraordinaria, que pasa a celebrarse en julio para las asignaturas de primer semestre y en septiembre para las asignaturas del segundo semestre.

5. CRITERIOS DE ASIGNACIÓN DE ESPACIO A ACTIVIDADES DOCENTES Y ACADÉMICAS.

El Centro propone mantener para el curso 2016/17, los criterios de asignación de espacio a actividades docentes y académicas aprobados en Comisión de Gobierno y Junta de Facultad para el actual curso académico.

Criterios:

- Las **aulas** de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales se asignan atendiendo a un criterio general: la capacidad de las aulas en relación con el número de matriculados en cada una de las titulaciones, cursos y asignaturas. Cuando el tamaño de los grupos lo requiera, la aplicación de este criterio podrá implicar, en algunos casos, el desplazamiento de alumnos de un aula a otra. Estos desplazamientos se minimizarán en la medida de lo posible y, en caso de ser inevitables, se intentará que se produzcan al menos entre aulas ubicadas en una misma ala de la Facultad.

Con respecto a las **aulas de informática**, se asignarán prioritariamente a aquellas asignaturas que las requieren para impartir sus clases prácticas.

Por otra parte, los **seminarios**, siete en total, se asignarán prioritariamente para la impartición de los cursos de posgrado. No obstante, a dichos cursos se les podrá asignar un aula cuando el número de alumnos matriculados exceda la capacidad de dichos seminarios, siempre que haya disponibilidad.

- Una vez asignadas las aulas a los grupos de las distintas titulaciones y los seminarios a los cursos de posgrado, el Centro irá atendiendo, en la medida de lo posible, las distintas propuestas y peticiones que se vayan presentando a lo largo del curso para la realización de actividades académicas y docentes complementarias. En este caso se tendrá en cuenta el número de asistentes potenciales a dichas actividades.

6. PROGRAMAS Y GUÍAS DOCENTES DE LAS ASIGNATURAS IMPARTIDAS EN EL CENTRO

El Centro publicará las guías docentes en la página web, una vez que éstas sean remitidas por los Departamentos. En este sentido, se solicitará a los Departamentos que faciliten dicha información antes del 7 de julio 2016.