

De acuerdo con el anexo II del RD 822/2021, la información contenida en este apartado se corresponde con el punto 4.1 Estructura del plan de estudios, que también ha sido incluido en el archivo. pdf que se adjunta en el apartado 2. Justificación.

5. 4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

1. Estructura de las enseñanzas. Explicación general de la planificación del plan de estudios.

De acuerdo con el R.D. ~~1393/2007~~ RD 822/2021, el plan de estudios del Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor por la Universidad de Granada tiene un total de 60 créditos a impartir en un único curso académico, distribuidos por tipo de materia según se muestra en la siguiente tabla:

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Materias Obligatorias	16
Materias Optativas	20 32
Prácticas Externas y Actividades complementarias	12
Trabajo Fin de Máster	12
CRÉDITOS TOTALES	60

Los estudios del Máster se estructuran en cinco módulos:

- Herramientas de Análisis e Investigación en Comportamiento del Consumidor.
- Temas Avanzados en Marketing y Comportamiento del Consumidor.
- Competencias para la Preparación de Proyectos y del Trabajo Fin de Máster.
- Prácticas Externas y Actividades Complementarias.
- Trabajo Fin de Máster.

El módulo denominado “Herramientas de Análisis e Investigación en Comportamiento del Consumidor” incluye a su vez dos materias, una obligatoria y una optativa. La materia *Metodología de Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor*, obligatoria para todos los alumnos del Máster, tiene como objetivo fundamental que los alumnos conozcan el proceso de investigación y la metodologías que son aplicables al estudio del comportamiento del consumidor, así como que aprendan a utilizar las principales herramientas de carácter cuantitativo en el análisis de la información que recoge durante dicho proceso. La segunda materia, denominada *Investigación de Mercados, Variables Psicosociales y Comportamiento de Compra*, analiza las contribuciones más importantes que ha recibido el comportamiento del consumidor desde la psicología social.

El módulo titulado “Temas Avanzados en Marketing y Comportamiento del Consumidor” consta de diez materias, todas con carácter optativo, salvo la que lleva por título *“Enfoques de Marketing para la creación*



~~de valor~~ “Investigaciones sobre Marketing Relacional y Orientación al Mercado” que es considerada como obligatoria. En él se profundiza en aspectos relativos al comportamiento del consumidor desde diferentes perspectivas entre las que cabe destacar:

- La ética y de responsabilidad social, abordando cuestiones sobre cómo pueden las empresas contribuir a mejorar el bienestar de la sociedad.
- ~~— La económica, analizando los patrones de consumo de los consumidores españoles.~~
- La psicológica, estudiando las teorías sobre el aprendizaje, el procesamiento y almacenamiento de la información en la memoria.
- De marketing, estudiando las teorías y las estrategias para conseguir mejorar la satisfacción del consumidor. Entre ellas, cabe destacar la orientación al mercado y el marketing relacional, la comunicación integrada de marketing, la perspectiva cross- cultural, las llevadas a cabo por el sector de la distribución **y digital con** la aplicación de las nuevas tecnología de la información y la comunicación.

El módulo de “Competencias para la Preparación **de Proyectos** y del Trabajo Fin de Máster” tiene carácter obligatorio y transversal. Su principal objetivo es la adquisición de competencias relacionadas con la preparación, redacción y defensa del Trabajo Fin de Máster. Sin embargo, los conocimientos y habilidades adquiridas en el mismo también pueden ser aplicados a otros cursos en los que se matricule el alumno. Consta de seis materias donde el alumno adquiere habilidades sobre cómo desarrollar un TFM con especial atención a la búsqueda y gestión de bibliografía, los procesos de investigación cuantitativa y cualitativa y la aplicabilidad de los resultados a la práctica de marketing.

~~Finalmente,~~ **En el módulo titulado “Prácticas Externas y Actividades Complementarias”, el estudiantado alumno** desarrollará actividades formativas y prácticas orientadas a mejorar el conocimiento sobre la aplicación y profundización en los conocimientos adquiridos a través de la utilización de programas específicos para la captación y el análisis de la información obtenida a través de encuestas u otras metodologías empleadas. **Estas prácticas son especialmente recomendables para el estudiantado con un perfil profesional, pues le permitirán adquirir experiencia práctica en un entorno laboral, comenzar a relacionarse en este entorno y aplicar conocimientos específicos, lo que facilitará su ingreso en el mercado laboral de manera exitosa.**

En este módulo, el alumno debe superar un total de 12 créditos. de entre las siguientes opciones: En concreto, tendrá que cursar entre 9 y 12 créditos ECTS en empresas o entidades. Si bien, en el caso de realizar menos de 12 créditos ECTS, el estudiantado deberá completar su formación con los seminarios profesionales ofertados en el título.

Estos seminarios profesionalizantes aboradarán temas específicos relacionados con el perfil profesional del máster, tales como habilidades de comunicación, gestión de proyectos o herramientas y metodologías específicas de aplicación en el ámbito profesional. También pueden incluir conferencias de expertos, talleres prácticos, análisis de casos o actividades de aprendizaje colaborativo. La coordinación del Máster difundirá entre sus estudiantes el listado y la información detallada sobre los seminarios profesionalizantes disponibles en el programa, incluyendo el número de créditos asignados a cada seminario y la forma en que estos se complementan con las prácticas externas.

- ~~— Prácticas en empresas.~~
- ~~— Cursos complementarios (preferentemente de este programa de posgrado).~~
- ~~— Seminario de Prácticas de Análisis Multivariante.~~



• ~~Cualificación en idioma inglés para uso académico y profesional.~~

~~Actualmente, el Vicedecanato de Asuntos Económicos y Relaciones con la Empresa, la Oficina de Prácticas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y el Centro de Promoción de Empleo y Prácticas del Rectorado de la Universidad, del Vicerrectorado de Estudiantes y Empleabilidad de la Universidad de Granada es el encargado~~ son los encargados de gestionar las prácticas externas para los estudiantes de la Facultad. En este punto, es necesario reconocer que el Vicedecanato de Asuntos Económicos y Relaciones con la Empresa de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada mantiene contactos con instituciones y empresas para poder estar en condiciones de ofrecer a los alumnos de posgrado unas prácticas cada vez más especializadas. Todo ello dentro del convenio que la Universidad de Granada tiene establecido para la realización de prácticas curriculares y cuyo contenido se puede consultar en la web de la Universidad de Granada: <http://empleo.ugr.es>.

Además, desde la propia coordinación del Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor, se llevan a cabo esfuerzos para poder ofrecer al alumnado ~~a los alumnos~~ la posibilidad de llevar **a cabo** prácticas en empresas que sean acordes con los contenidos, competencias y habilidades requeridas en el Máster. Entre ellas cabe destacar instituciones como las siguientes:

- ~~Cámara de Comercio de Granada.~~
- ~~Cervezas Alhambra.~~
- ~~Consejo Económico y Social de Jaén.~~
- ~~Coviran.~~
- ~~Diario IDEAL (Grupo Vocento).~~
- ~~Dirección General de Política Comercial.~~
- ~~Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.~~
- ~~El Corte Inglés.~~
- ~~Federación de Comercio de Granada.~~
- ~~Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Granada.~~
- ~~Puleva.~~
- ~~Dirección General de Consumo de la Junta de Andalucía.~~
- ~~Dirección General de Comercio de la Junta de Andalucía.~~
- ~~Patronato de la Alhambra y el Generalife.~~
- ~~Parque científico tecnológico del olivar (GEOLIT).~~

El ~~cuarto~~ **quinto** módulo “Trabajo Fin de Máster” es de carácter obligatorio e integrador. **el objetivo es desarrollar y defender un trabajo de investigación o profesional en el que el estudiantado ponga de manifiesto todos los conocimientos adquiridos durante la realización del Máster.** La definición de las propuestas concretas deberá hacerse cada año teniendo en cuenta el estado de la cuestión en comportamiento del consumidor. De esta manera se conseguirán propuestas que sean de interés para el alumnado y que impliquen contribuciones en este campo de estudio y profesional. Las líneas de investigación en las que se puede enmarcar dicho trabajo son las siguientes:

Metodología de investigación en consumo.

Marketing y comportamiento del consumidor: perspectiva social y ética.

Marketing online, tecnologías de la información y la comunicación aplicadas al marketing.



Comunicación y consumo.

Marketing turístico y estudio del comportamiento del turista.

Marketing y neurociencia del consumidor.

Marketing cross-cultural.

Marketing agroalimentario: comportamiento del consumidor, sostenibilidad y política alimentaria.

Estrategia empresarial y comportamiento del consumidor.

Marketing sectorial. Otras aplicaciones sectoriales del marketing.

~~Su objetivo es desarrollar y defender un trabajo de investigación en el que el estudiante ponga de manifiesto todos los conocimientos adquiridos durante la realización del Máster.~~ El tutor desarrollará un trabajo personalizado con el estudiante para la orientación y seguimiento del trabajo a desarrollar. El alumnado, supervisado mediante sesiones periódicas y personalizadas por su tutor, desarrollará la redacción de un trabajo fin de Máster que habrá de ser evaluado por una Comisión de profesores del Máster.

En definitiva, el plan de estudios diseñado trata de ajustarse a los criterios de coherencia y factibilidad desde el punto de vista de los alumnos y garantiza la adquisición de las competencias necesarias para la obtención del título correspondiente.

Todas las asignaturas o materias que forman parte de los distintos módulos, salvo las asignaturas de “Metodología de Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor”, “Competencias para la Preparación de Proyectos y del Trabajo Fin de Máster”, “Prácticas Externas” y “Trabajo Fin de Máster”, son semestrales. Esta planificación general de las enseñanzas se describe esquemáticamente en la siguiente tabla, en la que se especifica para cada módulo las materias o asignaturas que lo constituyen y, para cada una de ellas, su número de créditos, si se trata de una materia obligatoria u optativa, la ubicación temporal, el carácter y su desarrollo.

Tabla 1. Resumen del plan de estudios

Módulo	Materias	ECTS	Carácter	Semestre	TIPO	Universidad
MÓDULO 1: HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN EN COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	Metodología de Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor	6	Obligatoria	1 1 y 2	Grupo 1: Presencial Grupo 2: Virtual	UGR
	Investigación de Mercados, variables psicosociales comportamiento de compra	4	Optativa	1	Grupo 1: Presencial Grupo 2: Virtual	UJA
MÓDULO 2: TEMAS AVANZADOS EN MARKETING Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	Investigación sobre marketing relacional y orientación al mercado en el comportamiento del consumidor Enfoques de Marketing para la creación de valor	4	OPTATIVA Obligatoria	1	Grupo 1: Presencial Grupo 2: Virtual	UJA
	Investigaciones sobre consumo: Perspectiva ética y de responsabilidad social Marketing y Sociedad	4	Optativa	1 2	Grupo 1: Presencial Grupo 2: Virtual	UGR
	Desarrollo de patrones de consumo; análisis del caso español	3	OPTATIVA	1	Presencial	
	Comportamiento del consumidor y comercio minorista Capital de Marca y experiencia del consumidor	4	Optativa	1	Grupo 1: Presencial Grupo 2: Virtual	UGR
	Estrategia empresarial y comportamiento del consumidor Estrategias de marketing y comportamiento del consumidor	3	Optativa	1	Grupo 1: Presencial Grupo 2: Virtual*	UGR
	Comportamiento del consumidor e innovación tecnológica	4	Optativa	1 2	Grupo 1: Presencial Grupo 2: Virtual	UGR
	Modelos de comunicación y comportamiento del Consumidor Avances en Comunicación Integrada de Marketing	4	Optativa	1	Grupo 1: Presencial Grupo 2: Virtual	UGR
	Comercio electrónico	4	Optativa	1	Grupo 1: Presencial Grupo 2: Virtual	UGR
	Marketing cross-cultural	3	Optativa	1 2	Grupo 1: Presencial Grupo 2: Virtual	UGR
	El plan de marketing digital	3	Optativa	2	Grupo 1: Presencial* Grupo 2: Virtual*	UGR
	Temas avanzados en comportamiento del consumidor	4	Optativa	1 2	Grupo 1: Presencial Grupo 2: Virtual	UGR
MÓDULO 3 COMPETENCIAS PARA LA PREPARACIÓN DE PROYECTOS Y DEL TRABAJO FIN DE MÁSTER	Competencias para la preparación de proyectos y del trabajo fin de Máster	6	Obligatoria	1 1 y 2	Grupo 1: Presencial Grupo 2: Virtual	UGR
MÓDULO 4: PRÁCTICAS EXTERNAS Y ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	Prácticas externas y Actividades complementarias	12	OBLIG Optativa	2 1 y 2	Grupo 1: Presencial Grupo 2: Virtual	UGR
MÓDULO 5: TRABAJO FIN DE MÁSTER	Trabajo Fin de Máster	12	Trabajo Fin de Máster	2 1 y 2	Grupo 1: Presencial Grupo 2: Virtual	UGR

* La oferta de estos grupos está condicionada al potencial docente del área de Comercialización de Investigación de Mercados y requerirá la autorización previa de la Escuela Internacional de Posgrado.



Todos **el estudiantado** los alumnos deben cursar las materias de “Metodología de Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor”, así como la de “Investigaciones sobre Marketing Relacional y Orientación al Mercado en el Comportamiento del Consumidor” **“Enfoques de Marketing para la creación de valor”** dentro de los módulos uno y dos, respectivamente. Además, deben realizar el módulo de “Competencias para la Preparación **de Proyectos y** del Trabajo Fin de Máster”, ~~los doce~~ **créditos** de los que consta el módulo de “Prácticas y Actividades Complementarias” y el “Trabajo de Fin de Máster”.

El resto de créditos son optativos, dando al alumno la posibilidad de definir un perfil personalizado en función de sus intereses y motivaciones. ~~En consecuencia, las competencias adquiridas serán dependientes de las opciones tomadas.~~ **Así, dado que en el Máster se ofrecen dos perfiles: uno investigador y otro profesional, se pretende garantizar que el alumnado que desee tener un perfil investigador pueda optar por realizar prácticas externas y/o asignaturas optativas que considere más adecuadas para su desarrollo como investigador, mientras que para el caso del alumnado con un perfil profesional es recomendable completar su optatividad con la realización de prácticas externas que son esenciales para proporcionar a los estudiantes una experiencia laboral práctica, comenzar a tomar contacto con el mundo laboral y facilitar así su inserción en el mismo.**

2 Planificación y gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida

~~La Universidad de Granada ofrece la posibilidad de movilidad internacional de estudiantes, profesores y personal de administración y servicios. La práctica totalidad de los convenios, proyectos, redes, asociaciones y programas propios gestionados o participados por la Universidad de Granada contempla algún tipo de movilidad para sus integrantes.~~

~~La Universidad de Granada recoge en sus líneas estratégicas el desarrollo de un plan de internacionalización para mejorar su posición como Universidad de referencia en el espacio global abierto por las políticas europeas e internacionales.~~

~~En este ámbito, la Universidad de Granada, es pionera y mantiene una apuesta decidida por reforzar las conexiones y los programas de movilidad y cooperación con los otros sistemas universitarios, en especial en el entorno europeo y comunitario. Entre los objetivos de los programas de movilidad está que los estudiantes que se acojan a los mismos puedan beneficiarse de la experiencia social y cultural, mejorar su currículum, perfeccionar una lengua extranjera, etc. Además, la participación de los alumnos en estos programas fortalece la capacidad de comunicación, cooperación y comprensión de otras culturas.~~

~~De acuerdo con esto, se pretende llevar a cabo una política activa de promoción de la movilidad de sus estudiantes y de acogida de aquellos otros procedentes de instituciones distintas con interés expreso por la formación propuesta en el máster.~~

~~La Oficina de Gestión de Alojamiento de la UGR aporta información y ayuda en cuanto a las opciones de alojamiento para los estudiantes propios y de acogida (residencias, pisos, familias...). Ofrece, también, una relación de hostales y pensiones para los que necesiten un alojamiento temporal a su llegada. En este último caso, hay que realizar una reserva previa directamente con el establecimiento, indicando ser usuario de la Oficina de Gestión de Alojamiento de la UGR.~~

~~La Universidad de Granada comenzó a organizar cursos para extranjeros en 1932. Hoy, el Centro de Lenguas Modernas (CLM) de la Universidad de Granada, oferta un amplio abanico de cursos de lengua y cultura española, entre los que se incluyen los organizados por la Oficina de Relaciones Internacionales para los programas de intercambio, entre los que se encuentra LLP/Erasmus Mundus. El CLM también ofrece cursos de otras muchas lenguas.~~

Normativa



El Consejo de Gobierno de la Universidad de Granada aprobó en su sesión de 18 de diciembre de 2012 (<http://secretariageneral.ugr.es/pages/normativa/fichasugr/ncg672>), el Reglamento de la Universidad de Granada sobre movilidad internacional de estudiantes, en el marco del cual se desarrollan las normativas adicionales de cada Centro.

La normativa de la Escuela Internacional de Posgrado sobre el funcionamiento de los programas de movilidad internacional se rige por la normativa vigente de la Universidad de Granada.

Organización institucional de la movilidad

La movilidad de los estudiantes de la UGR está plenamente integrada en la organización institucional de la Universidad, tanto en sus órganos de gobierno como en los de administración:

-El Vicerrectorado de Internacionalización, presidido por la Vicerrectora de Internacionalización, está integrado por las siguientes Direcciones de Secretariado: Estrategia Internacional, Proyectos y Redes Internacionales, Política Lingüística Coordinación Académica de la Internacionalización.

-La Comisión de Relaciones Internacionales es una Comisión del Consejo de Gobierno de la UGR, presidida por la Vicerrectora de Internacionalización. Está compuesta por: un Vicedecano/Subdirector encargado del área de Relaciones Internacionales de cada rama (entre las que se cuentan las de Artes y Humanidades, Ciencias, Ciencias de la Salud, Ciencias Sociales y Jurídicas, Empresariales, Ingeniería y Arquitectura, Informática y Telecomunicaciones), representantes de estudiantes de Grado y Posgrado y personal de Administración y Servicios.

-La Vicerrectora de Internacionalización ostenta las siguientes competencias: planificar, gestionar y coordinar las relaciones internacionales de la UGR; promover facilitar y apoyar todas las actividades de movilidad internacional de profesorado, estudiantes y P.A.S.; promover, divulgar y gestionar los programas internacionales de cooperación académica así como la gestión de los programas, convenios, redes y asociaciones internacionales en los que participa la institución; diseñar y coordinar el plan de internacionalización de la UGR; y apoyar iniciativas de los Centros en el ámbito de las dobles titulaciones internacionales.

-Vicedecanos y Subdirectores de Relaciones Internacionales. En cada Centro existe un cargo académico con este rango, responsable del área. En el caso de la Escuela Internacional de Posgrado, existe una Dirección de Secretariado de Másteres y Títulos Propios que asume esta competencia.

-Oficina de Relaciones Internacionales. Encuadrada en los Servicios Centrales existe una Oficina responsable de la gestión y coordinación de los programas de movilidad. De forma descentralizada existe una oficina en cada Centro, responsable de la gestión de dichos programas en su ámbito.

Escuela Internacional de Posgrado

La Escuela Internacional de Posgrado es la encargada de gestionar y dar apoyo administrativo a los másteres oficiales, títulos propios y doctorados de la Universidad de Granada. Entre sus funciones como Centro están las de ofrecer información y gestionar los programas de movilidad de estudiantes en Másteres universitarios y Doctorado.

En los últimos años, la Universidad de Granada ha hecho una apuesta firme por las titulaciones internacionales, tanto múltiples como conjuntas, así como por la movilidad internacional de estudiantes de posgrado.

En la actualidad, la Universidad de Granada coordina o participa en tres Másteres Erasmus Mundus, a los que la Escuela Internacional de Posgrado ofrece apoyo administrativo y de gestión. El objetivo global del programa Erasmus Mundus es mejorar la calidad de la educación superior en Europa, contribuir a mejorar y potenciar las perspectivas profesionales de los estudiantes, favorecer la comprensión intercultural mediante la cooperación con terceros países y contribuir al desarrollo sostenido de terceros países en el ámbito de la educación superior.



La Universidad de Granada gestiona la movilidad internacional de estudiantes de posgrado a través de la Oficina de Relaciones Internacionales del mismo Vicerrectorado

(<http://www.ugr.es/ugr/index.php?page=servicios/fichas/ori>) y de la Escuela Internacional de Posgrado (<http://escuelaposgrado.ugr.es>), que lleva a cabo el proceso de matriculación.

~~La Universidad de Jaén es consciente de que la movilidad internacional es un complemento imprescindible en el mundo actual, en el que las empresas y la administración buscan titulados con experiencia internacionales y que sepan desenvolverse en idiomas distintos del materno. Un currículum globalizado es la mejor herramienta para tener éxito en un mundo globalizado.~~

~~Las actuaciones en materia de movilidad de los estudiantes en la Universidad de Jaén se encuentran centralizadas básicamente en el Vicerrectorado de Relaciones Internacionales y Cooperación (<http://www.ujaen.es/serv/vicint/home/index.htm>).~~

~~El Vicerrectorado de Relaciones Internacionales y Cooperación (VRI) por iniciativa propia o a petición de los Centros de la UJA establece los correspondientes acuerdos o convenios con las Universidades de interés. El contacto con el Centro es imprescindible para tener un conocimiento suficiente del estado de estos convenios, para lo que el Centro ha de designar un responsable o coordinador de los programas de movilidad.~~

~~El responsable de los programas de movilidad de cada Centro promueve actividades para fomentar la participación de los estudiantes en este tipo de programa y será el encargado de proponer los tutores a los alumnos participantes en los diferentes programas de movilidad, propuesta que ha de ser aprobada por el Equipo de Dirección del Centro.~~

~~Una vez que el alumno ha sido seleccionado y acepta la beca de movilidad, el VRI gestiona la documentación para presentarla en la Universidad de destino y, junto al tutor, resuelve cualquier incidencia que pudiera presentarse.~~

~~El VRI informa a los estudiantes a través de su página web (<http://www.ujaen.es/serv/vicint/home/index.htm>) sobre la existencia de los diferentes programas de movilidad, la Universidad y Título de acogida, el número de plazas ofertadas, los requisitos para poder optar a alguna de las plazas de movilidad ofertadas, los tutores correspondientes así como las ayudas económicas.~~

~~Para la Universidad de Jaén es esencial que se establezcan unos cauces de creación, mantenimiento y mejora de convenios con entidades, instituciones u organismos de todo tipo (entre ellos los relacionados con otras Universidades para la movilidad de los estudiantes), procurando en todo momento garantizar su utilidad y permanente puesta al día. Con vistas a clarificar procedimientos y uniformar criterios, el protocolo a seguir se encuentra disponible en el siguiente enlace: <http://www.ujaen.es/serv/viccom/convenios/normativa.htm>.~~

~~Asimismo, la Universidad de Jaén tiene diseñados al efecto unos modelos que pueden encontrarse en el siguiente enlace del Vicerrectorado de Comunicación y Relaciones~~

~~Como resultado de los convenios de cooperación existentes entre la Universidad de Jaén y las demás Universidades, los destinos que los alumnos podrán elegir estarán en función del programa de movilidad de que se trate y que a continuación se detallan.~~

~~Hay dos grandes tipos de becas de movilidad internacional que los estudiantes de la Universidad de Jaén pueden solicitar:~~

~~a) Convocatoria LLP-Erasmus: Dentro del Programa Erasmus se ofrecen dos modalidades: 1) Movilidad de estudiantes con fines de estudio (movilidad tradicional) y 2) Movilidad de estudiantes para llevar a cabo prácticas en empresas.~~



La Universidad de Jaén tiene más de 200 convenios con universidades europeas en más de 20 países: Alemania, Austria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Estonia, Letonia, Lituania, Eslovenia, Eslovaquia, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Italia, Islandia, Portugal, Polonia, Reino Unido, Suecia, República Checa, Suiza, Turquía.

El alumno se puede beneficiar de una ayuda económica de 600 € mensuales aproximadamente y de ayudas adicionales de hasta 650 € del Ministerio de Educación, Excm. Diputación Provincial de Jaén, 24 ayuntamientos de la provincia y de la Caja de Jaén.

b) Convocatoria de movilidad con el resto del Mundo (Norteamérica, Latinoamérica y Asia). Existen posibilidades de movilidad con países del continente americano: Canadá, Estados Unidos, México, Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica y Paraguay. En el resto del mundo, existen posibilidades de intercambio con China, Japón y Singapur. En este caso la ayuda económica oscila entre 1.500 y 3.000 euros por semestre. Los estudiantes UJA pueden solicitar becas de programas especiales como: PIMA, Santander-CRUE de movilidad Iberoamericana, Becas Bancaja-Asia, Becas Universia-Fernando Alonso, con las que se podría acceder a una ayuda económica adicional.

Las becas de movilidad se convocarán en los meses de octubre y noviembre de cada curso académico.

La UJA ofrece cursos en varios niveles de inglés, francés y alemán para los alumnos que así lo soliciten. Los horarios, condiciones y acceso a estos cursos se encuentran en la web del VIR.

La Universidad de Jaén tiene aprobada actualmente una Normativa sobre Reconocimiento por Equivalencia de estudios cursados en Programas de Intercambio Internacional (Aprobado por el Consejo de Gobierno el 12 de Junio de 2006), que está disponible en la siguiente dirección: <http://www.ujaen.es/serv/secgen/normativas/volumen%201%20PDF/Indice.pdf>.

Sistemas de Planificación y Gestión de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UGR

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada tiene una elevada experiencia acumulada en la gestión de la movilidad de estudiantes, tanto en lo que se refiere a la recepción de estudiantes de otras universidades, como al envío de estudiantes propios a otras instituciones con las que se tienen acuerdos de cooperación. La Facultad recibe un número creciente de estudiantes de universidades extranjeras (343 en 2007-2008). De igual forma, el número de estudiantes que van a otras universidades al menos durante un semestre no deja de crecer (229 en 2007-2008).

Muchos de los acuerdos en vigor, y en particular los que se desarrollan en el marco de la movilidad Erasmus, son extensibles a la movilidad de estudiantes de postgrado. Además, la Universidad de Granada es miembro del Grupo Coimbra y la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales participa en el grupo HERMES para la potenciación de doble títulos de Máster en gestión de empresas a nivel europeo.

La movilidad de los estudiantes se encuentra en la actualidad articulada en torno a cuatro ejes fundamentales:

- **Intercambios con universidades europeas**, a través del programa LLP/Erasmus. En el curso 2008-2009, la Facultad mantiene acuerdos con 140 universidades que se distribuyen de la siguiente forma entre 25 países europeos distintos: Francia (26), Alemania (23), Italia (14), Reino Unido (13), Portugal y Polonia (7 en cada caso), Bélgica (6), Holanda, Finlandia y Austria (5 en cada caso), Irlanda (4), Suecia, Noruega, Dinamarca y Rumania (3 en cada caso), Suiza, Hungría y Grecia (2 en cada caso), Lituania, Letonia, Islandia, Eslovaquia, Chipre, Bulgaria y Austria (1 en cada caso). En algunos de los casos anteriores, los alumnos tienen además la posibilidad de optar a la obtención de un título en "European Máster in Business Sciences (EMBS)" que supone un complemento interesante a los estudios cursados en la Facultad. En todos los casos anteriores los alumnos cuentan con la beca Erasmus genérica, que es complementada por una ayuda adicional por parte de la Junta de Andalucía, además de la exención de las tasas de matrícula en la universidad de destino.
- **Intercambios con universidades no europeas**. A través de su Plan Propio de Movilidad la



Universidad de Granada tiene acuerdos de movilidad de estudiantes con 74 universidades no pertenecientes al acuerdo Erasmus que se distribuyen de la siguiente forma entre 20 países distintos: México (16), Estados Unidos (12), Brasil y Chile (6 en cada caso), Colombia, Canadá y Rusia (5 en cada caso), Japón y Australia (3 en cada caso), Marruecos y Nueva Zelanda (2 en cada caso), Argentina, Venezuela, Ucrania, Egipto, Jordania, Líbano, Túnez, Israel y Singapur (1 en cada caso). Dentro de los anteriores destinos, que son susceptibles de ser elegidos por los estudiantes de todas las Facultades y Centros de la Universidad de Granada, la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales mantiene acuerdos específicos con distintas universidades de Méjico (Universidad Autónoma de Chihuahua, Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Autónoma de Yucatán), Canadá (HEC Montreal), Estados Unidos (Universidad de Drury en Missouri, Universidad Loyola en Chicago, Universidad de Montana), y Rusia (Universidad Estatal de San Petersburgo). En todos los casos anteriores, los alumnos seleccionados cuentan con una ayuda genérica de 650 euros para gastos de viaje ya la exención de las tasas de matrícula en la universidad de destino.

— **Dobles titulaciones con universidades de otros países europeos y de Marruecos.** En particular, en el curso 2008-2009 se tienen acuerdos de dobles títulos con la siguientes facultades (entre paréntesis el título que se obtiene de forma adicional al que otorga la Universidad de Granada): Normandy Business School, Le Havre/Caen (Doble diploma en Contabilidad y Finanzas Europeas); Hochschule Bremen (Doble diploma en Contabilidad y Finanzas Europeas); École Supérieure de Commerce de Dijon Bourgogne (MSC in European Business y/o MBA in E-Commerce); University of Northumbria at Newcastle (BA in International Business Administration); IECS Strasbourg (Diplôme de Formation Internationale à la Gestion o Diploma of European Management and French); Sup de Pub de Paris Grupo INSEEC (Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercados: Diplôme Homologué Niveau II); ECS Bretagne Brest (Bachelor in Management); Universidad Mohammed Primero Oujda (Diplôme de Gestion Touristique). En los casos de dobles títulos con universidades europeas, los alumnos pueden optar a la beca Erasmus genérica, complementada por la Junta de Andalucía, además de la exención de las tasas de matrícula. En el caso de Marruecos, se pueden obtener ayudas específicas.

— **Intercambios con universidades españolas,** a través del programa SICUE. La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales tiene acuerdos para la movilidad nacional de estudiantes con facultades homónimas en las universidades siguientes: Universidad Complutense, Universidad de Barcelona, Universidad de La Coruña, Universidad de Valladolid, Universidad de Salamanca, Universidad de Valencia, Universidad de Sevilla, Universidad Pablo de Olavide, Universidad de Cádiz y Universidad de Málaga). En todos los casos, los alumnos pueden optar a la beca SENeca, en caso de que cumplan los requisitos establecidos en relación con el expediente académico.

La Facultad cuenta con una Oficina de Relaciones Internacionales (ORI) que se encarga de prestar información a los estudiantes procedentes de otras universidades, de tramitar su matriculación en la Facultad y de mantener el contacto con los responsables administrativos en los centros de origen. De la misma forma, una vez seleccionados los alumnos de la Facultad para realizar una estancia en alguna de las universidades con las que se tiene convenio, la ORI se dirige a todos ellos, con el objeto de proporcionarles la información necesaria e iniciar los trámites administrativos que garantice el aprovechamiento de su estancia. Una vez finalizada la estancia, se encarga de realizar los trámites encaminados al reconocimiento de los estudios cursados en la universidad de destino.

Respecto al sistema de reconocimiento de créditos ECTS, la Facultad cuenta en la actualidad un equipo de 39 profesores, de 9 departamentos distintos, que actúan como tutores académicos. Los alumnos son asignados a un tutor específico en función del destino elegido. Dicho tutor se encarga del asesoramiento académico y de la negociación de un Acuerdo Académico que debe ser firmado por tutor y alumno, con el visto bueno del Vicedecano de Relaciones Internacionales, antes del inicio de la estancia en la universidad de destino. En dicho acuerdo se incluyen las materias a cursar en la universidad de destino, así como las asignaturas a reconocer en la Universidad de Granada. Además, de forma explícita, se



recogen los créditos ECTS que corresponden a cada una de dichas asignaturas, que en conjunto no podrán superar los 60 créditos ECTS para un año académico (30 créditos ECTS para un semestre). Los acuerdos de reconocimiento se pueden hacer por curso completo, por asignaturas o por créditos. Una vez realizada la estancia, y a partir del certificado oficial de calificaciones expedido por la universidad de destino, el tutor académico hace una propuesta de reconocimiento académico, que finalmente debe ser autorizada por el Decano. Este procedimiento es el mismo independientemente del destino en el que se realice la movilidad, o de que se trate de un alumno con beca oficial o de libre intercambio. En todos los casos, la Facultad garantiza la adjudicación de un tutor académico.

Movilidad de los estudiantes en el Máster

El carácter interuniversitario del Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor implica que la movilidad de los estudiantes también sea una cuestión importante en el grupo presencial. En el grupo virtual la plataforma de e-learning es única y no se exige el desplazamiento del estudiante en ninguna de las materias del título.

De manera más concreta, de las materias descritas en el apartado 5.1, dos se imparten en Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad de Jaén: Investigación de mercados, variables psicosociales y comportamiento de compra (Módulo 1) e Investigaciones sobre marketing relacional y orientación al mercado en el comportamiento del consumidor (Módulo 2), ésta última con carácter obligatorio. El resto se imparten en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada.

En consecuencia, para los alumnos de este Máster resulta imprescindible contar con recursos que les permitan desplazarse tanto a Jaén, como a Granada. En este sentido, desde hace ya varias convocatorias, se vienen solicitando y disfrutando de las ayudas a la movilidad para alumnos de másteres oficiales que convoca cada año el Ministerio de Educación, siendo el coordinador o los subdirectores del Máster los encargados de informar a los alumnos de las convocatorias que están abiertas.

3. Procedimientos de coordinación docente horizontal y vertical del plan de estudios

Para asegurar la debida coordinación docente, se prevén mecanismos de coordinación a diferentes niveles. La Comisión Académica del Máster, en la que estarán representadas ambas universidades, se encargará de impulsar y velar por el funcionamiento de los mecanismos de coordinación del título, estableciendo líneas de comunicación y dinámicas de trabajo con la Comisión de Garantía Interna de Calidad y los coordinadores de los distintos módulos y/o materias del Título. Estos últimos coordinarán al profesorado responsable de la impartición de las asignaturas, así como a las personas encargadas de la tutorización de prácticas externas y del TFM, que a su vez estarán en contacto directo con el estudiantado. El procedimiento general de coordinación se implementa a través de la realización de reuniones periódicas planificadas, al menos, a principio de cada uno de los semestres con los agentes implicados en cada caso.

Se detallan a continuación los distintos órganos y mecanismos para asegurar la coordinación horizontal y vertical en el desarrollo del plan de estudios:

- Coordinador/a del Máster.
- Coordinador de la Universidad.
- Comisión Académica del Máster.
- Coordinador/a de prácticas externas.
- Tutores de prácticas externas.
- Tutores de Trabajo Fin de Máster.
- Comisión de Garantía de Calidad.



~~Cada una de las Universidades responsables de estos estudios de Máster Universitario nombrará un Coordinador local de entre los Profesores Doctores docentes del Máster. Dicho Coordinador asumirá, en cada Universidad, las tareas que contemple la normativa. Especialmente, asumirá las tareas de coordinación académica, y las gestiones que requieran su asistencia.~~

~~El equipo de coordinación formado por los Coordinadores locales de las Universidades responsables elegirá un Coordinador general del Máster Universitario para facilitar las propuestas concretas de actuación. Este Coordinador general será asimismo un Profesor Doctor de alguna de las Universidades participantes, y podrá ser diferente del Coordinador local, en cuyo caso pasará a formar parte del equipo de coordinación.~~

~~La Comisión Académica del Máster será el órgano encargado de la organización docente, la admisión de nuevos alumnos, la evaluación de los reconocimientos, la gestión de convenios, la movilidad, la solicitud de ayudas de financiación y todos cuantos temas surjan durante la implementación y desarrollo del Máster Universitario en el curso académico.~~

~~La composición de la Comisión Académica es la siguiente:~~

- ~~-El Coordinador general del Máster, que la presidirá.~~
- ~~-Los Coordinadores locales del Máster en cada una de las Universidades participantes.~~
- ~~-Hasta tres miembros representantes del profesorado que imparte docencia en el Máster Universitario por cada Universidad participante.~~
- ~~-Al menos un representante de los estudiantes por cada Universidad.~~

~~Esta Comisión definirá su Reglamento de funcionamiento interno una vez que el Máster se haya puesto en marcha. En este Reglamento se aludirá, por lo menos, al proceso de constitución de la Comisión, a la renovación de sus miembros y al proceso a seguir para la toma de decisiones.~~

~~Se establecerán líneas de comunicación y dinámicas de trabajo conjunto entre la Comisión académica del Máster, los coordinadores de los distintos módulos y/o materias del Título y los diferentes profesores responsables de la impartición de las asignaturas, con vistas a lograr el cumplimiento de objetivos y garantizar la solución de problemas e incidencias derivadas de la práctica docente a lo largo de la impartición del Máster, aplicándose una estrategia común en la planificación y desarrollo de las actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación. Más concretamente, corresponde a la Comisión Académica del Máster impulsar y velar por el funcionamiento de los mecanismos de coordinación del título.~~

~~Conforme a los artículos 9 y 10 de la Normativa reguladora de los Estudios de Máster Universitario en la Universidad de Granada, aprobada en Consejo de Gobierno de esta universidad el 18 de mayo de 2015, la Comisión Académica tendrá la siguiente composición:~~

- ~~a) El Coordinador del Máster Universitario.~~
- ~~b) Un mínimo de cinco miembros representantes del profesorado que imparte docencia en el Máster Universitario, elegidos entre y por los profesores del Máster Universitario. Entre los miembros electos del profesorado de la Comisión Académica deberán estar representadas en la medida de lo posible los Ámbitos, Departamentos, Institutos o Centros de Investigación universitarios así como las instituciones externas que intervienen con una representación superior al 25% en el plan de estudios.~~
- ~~c) Al menos un representante de los estudiantes, que será elegido cada año entre y por los estudiantes del Máster Universitario.~~
- ~~d) En los Másteres Universitarios que contemplan la realización de Prácticas externas podrá haber un representante de las empresas y/o instituciones implicadas en tales programas de prácticas. Será propuesto por el Coordinador del Máster Universitario, oídas las empresas y/o instituciones.~~
- ~~e) Siempre que sea necesario por los asuntos a tratar, se podrá requerir la participación y~~



~~asesoramiento del Director de la Escuela Internacional de Posgrado, que podrá delegar en un miembro de su equipo de dirección o en un miembro de la Comisión de Rama correspondiente del Consejo Asesor de Enseñanzas de Posgrado. Asimismo, se podrá requerir la participación y asesoramiento del Administrador de la Escuela Internacional de Posgrado, o miembro del PAS en quien delegue, para cuestiones relacionadas con la gestión administrativa del Máster Universitario.~~

- ~~2. En el caso de Másteres Interuniversitarios o Conjuntos y Másteres en colaboración con otras instituciones se estará a lo que se estipule en el preceptivo convenio.~~
- ~~3. Uno de los representantes del profesorado, designado por el Coordinador del Máster, actuará como Secretario de la Comisión.~~

Son funciones de la Comisión Académica del Máster Universitario:

- a) Asistir al Coordinador.
- b) Elaborar su Reglamento de régimen interno.
- c) Elaborar la propuesta de programación del Máster.
- d) Llevar a cabo la selección de los estudiantes.
- e) Proponer al Consejo Asesor de Enseñanzas de Posgrado (CAEP) modificaciones en los requisitos de acceso específicos, en los criterios de selección de estudiantes y en el número de plazas ofertadas, para su aprobación.
- f) Elaborar la organización docente.
- g) Establecer con antelación suficiente al inicio del curso académico la programación docente, los horarios y aulas para el desarrollo del plan de estudios, incluidos todos aquellos aspectos recogidos en las directrices para el desarrollo de la asignatura Trabajo Fin de Máster.
- h) Asignar un Tutor a cada estudiante de entre los profesores del Máster para la asignatura Trabajo Fin de Máster.
- i) Establecer criterios homogéneos de evaluación y resolver conflictos que pudieran surgir al respecto.
- j) Elevar propuestas de resolución de reconocimiento de créditos, solicitadas por los alumnos, al CAEP.
- k) Proponer las Comisiones que habrán de juzgar los Trabajos Fin de Máster.
- l) Proponer con anterioridad al inicio del curso académico correspondiente y dentro de los plazos establecidos por la Escuela Internacional de Posgrado, las modificaciones en la oferta docente, profesorado o estructura del programa de estudios que se estimen oportunas.
- m) Gestionar las Prácticas Externas.
- n) Gestionar la movilidad del profesorado y de los estudiantes.
- ñ) Gestionar los recursos del Máster.
- ñ) Nombrar la Comisión de Garantía Interna de Calidad del Máster, cuya composición y funciones habrán de ser definidas en la propuesta del título.
- o) Nombrar las Comisiones que la propia Comisión Académica estime oportunas para el óptimo desarrollo del plan de estudios del Máster Universitario. Las actividades y propuestas de estas Comisiones deberán estar sujetas a la aprobación de la Comisión Académica.
- p) Garantizar los mecanismos para salvaguardar los derechos de los estudiantes que cursen un título suspendido (la Comisión Académica del Máster suspendido o la del Máster que lo sustituya) hasta su finalización permitir a los estudiantes la superación de las enseñanzas una vez suspendidas definitivamente.
- q) Aquellas otras que les asignen los órganos competentes.

4.2.- Actividades y metodologías Docentes

Las acciones formativas y metodologías docentes del título priman la participación activa del estudiante y la interacción entre el propio estudiantado, y entre el estudiantado y el profesorado.

Tabla 4.2.a. Metodologías Docentes (MD)

Código	Metodología Docente
MD1	Lección magistral/Expositiva
MD2	Sesiones de discusión y debate
MD3	Resolución de problemas y estudios de casos prácticos
MD4	Prácticas
MD5	Seminarios
MD6	Ejercicios de simulación
MD7	Realización de trabajos en grupo
MD8	Análisis de fuentes y documentos
MD9	Realización de trabajos individuales
MD10	Seguimiento del Trabajo fin de Máster

Tabla 4.2.b. Actividades Formativas (AF)

Código	Actividad Formativa
AF1	Clases teóricas
AF2	Clases prácticas
AF3	Trabajos tutorizados
AF4	Tutorías en grupo e individuales
AF5	Trabajo autónomo del estudiante
AF6	Trabajo del estudiante en el centro de prácticas
AF7	Evaluación

4.3.- Sistemas de evaluación

Tabla 4.3. Códigos de Sistemas de Evaluación (SE).

Código	Sistema de evaluación
SE1	Pruebas, ejercicios y problemas resueltos en clase o individualmente a lo largo del curso
SE2	Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc. (individual o en grupo)
SE3	Pruebas escritas
SE4	Presentaciones orales
SE5	Memorias
SE6	Aportaciones del estudiantado en sesiones de discusión y actitud del estudiantado en las diferentes actividades desarrolladas
SE7	Defensa pública del Trabajo fin de Máster