

## IMPRESO SOLICITUD PARA MODIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

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

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE	CENTRO	CÓDIGO CENTRO	
Universidad Complutense de Madrid	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	28026985	
NIVEL	DENOMINACIÓN CORTA		
Máster	Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad		
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad por la Universidad Complutense de Madrid			
RAMA DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO		
Ciencias Sociales y Jurídicas	No		
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS	NORMA HABILITACIÓN		
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
VICTOR BRIONES DIESTE	Vicerrector de Estudios		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF	51362468H		
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
VICTOR BRIONES DIESTE	Vicerrector de Estudios		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF	51362468H		
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
CARLOS RIVERO RODRÍGUEZ	Decano		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF	01928574R		
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
Rectorado, Avenida de Séneca, 2	28040	Madrid	913941878
E-MAIL	PROVINCIA		FAX
sec.estudios@ucm.es	Madrid		913941440



### 3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

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

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

	En: Madrid, AM 5 de junio de 2020
	Firma: Representante legal de la Universidad



## 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

### 1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECIFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO		
Máster	Máster Universitario en Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad por la Universidad Complutense de Madrid	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.		
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>						
Especialidad en Dirección de Empresas						
Especialidad en Marketing						
Especialidad en Contabilidad						
RAMA		ISCED 1	ISCED 2			
Ciencias Sociales y Jurídicas		Administración y gestión de empresas	Marketing y publicidad			
<b>NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA</b>						
<b>AGENCIA EVALUADORA</b>						
Fundación para el Conocimiento Madrimasd						
<b>UNIVERSIDAD SOLICITANTE</b>						
Universidad Complutense de Madrid						
<b>LISTADO DE UNIVERSIDADES</b>						
CÓDIGO	UNIVERSIDAD					
010	Universidad Complutense de Madrid					
<b>LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS</b>						
CÓDIGO	UNIVERSIDAD					
No existen datos						
<b>LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>						
No existen datos						

### 1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60	0	0
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
24	24	12
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS	
Especialidad en Dirección de Empresas	24.	
Especialidad en Marketing	24.	
Especialidad en Contabilidad	24.	

### 1.3. Universidad Complutense de Madrid

#### 1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

<b>LISTADO DE CENTROS</b>	
CÓDIGO	CENTRO
28026985	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

#### 1.3.2. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

##### 1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO
---



PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	A DISTANCIA
Sí	No	No
<b>PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS</b>		
<b>PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN</b>		<b>SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN</b>
35	35	
<b>TIEMPO COMPLETO</b>		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
<b>PRIMER AÑO</b>	36.0	60.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	36.0	60.0
<b>TIEMPO PARCIAL</b>		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
<b>PRIMER AÑO</b>	18.0	35.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	18.0	35.0
<b>NORMAS DE PERMANENCIA</b>		
<a href="https://www.ucm.es/permanencia-en-la-universidad">https://www.ucm.es/permanencia-en-la-universidad</a>		
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	



## 2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

### 3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
<b>BÁSICAS</b>
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
<b>GENERALES</b>
CG5 - Que los estudiantes hayan demostrado una comprensión sistemática de un campo de estudio y el dominio de las habilidades y métodos de investigación relacionados con dicho campo.
CG6 - Que los estudiantes hayan demostrado la capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación con seriedad académica.
CG7 - Que los estudiantes hayan realizado una contribución a través de una investigación original que amplíe las fronteras del conocimiento desarrollando un corpus sustancial, del que parte merezca la publicación referenciada a nivel nacional o internacional.
CG8 - Que los estudiantes sean capaces de realizar un análisis crítico, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
CG9 - Que los estudiantes sepan comunicarse con sus colegas, con la comunidad académica en su conjunto y con la sociedad en general acerca de sus áreas de conocimiento.
CG10 - Que se les suponga capaces de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.
CG2 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
CG3 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
CG4 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
CG1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con su área de estudio.
<b>3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES</b>
CT1 - Elaborar, escribir y defender informes de carácter científico y técnico.
CT2 - Capacidad de trabajo en equipo.
CT3 - Demostrar capacidad de autoaprendizaje
CT4 - Capacidad para comunicarse en otros idiomas, principalmente inglés.
CT5 - Capacidad para utilizar en todos los ámbitos las tecnologías de la información y la comunicación.
CT6 - Demostrar compromiso ético.
CT7 - Comunicar resultados de forma oral/escrita.
CT8 - Demostrar motivación por la investigación científica.
<b>3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
CE1 - Que los estudiantes hayan demostrado una comprensión sistemática para identificar las principales líneas de investigación en la dirección de empresas, marketing y contabilidad





CE2 - Que los estudiantes dominen las habilidades y métodos de investigación relacionados, para realizar una investigación original que permita avanzar en el conocimiento.

CE3 - Que los estudiantes hayan demostrado la capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso de investigación riguroso en los aspectos relacionados con la dirección de empresas, marketing y contabilidad, así como una comprensión sistemática de las técnicas estadísticas y econométricas para la investigación.

CE4 - Que los estudiantes sean capaces de identificar las fuentes de información relevante para analizar los problemas objeto de estudio

CE5 - Que los estudiantes sean capaces de iniciar el desarrollo de una Tesis Doctoral dentro de un programa de doctorado en el ámbito de la dirección de empresas, marketing y contabilidad.

## 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

### 4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

### 4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

#### Requisitos de idiomas:

1.- Según el Plan de Internacionalización de la Docencia aprobado en Consejo de Gobierno, de fecha 26 de abril de 2016 (BOUC de 17 de mayo de 2016), el alumnado que desee cursar docencia en inglés deberá acreditar un conocimiento de nivel B2 de acuerdo con el marco Común Europeo de Referencia para lenguas (MCERL), ya sea a través de certificados oficiales, o bien mediante la realización del examen de acreditación oficial CertA-CLES organizado por el CSIM.

2.- Según el Acuerdo del Consejo de Gobierno de 29 de enero de 2019 (BOUC de 7 de febrero de 2019), por el que se aprueban los requisitos de lengua española para la admisión a Grado y Máster y competencias lingüísticas/idioma, todos los estudiantes procedentes de países o de sistemas educativos no hispano-hablante deben acreditar un conocimiento del español según el MCERL de nivel B2, en el momento de presentar la solicitud de admisión a MÁSTER (salvo requerimientos específicos para titulaciones concretas, aprobados en el órgano competente).

En relación con la acreditación del nivel de lengua española para la admisión, se puede optar por una de las siguientes alternativas:

- Presentación del documento que justifique el nivel de español (B1, B2, o superior). Serán válidos los emitidos por: Instituto Cervantes (DELE o SIELE o centros afiliados), Centro Complutense para la Enseñanza del Español (CCEE), Universidad Internacional Menéndez Pelayo o cualquier otro organismo que autorice la UCM.

- Realización de un examen de nivel en el Centro Complutense para la Enseñanza del Español (CCEE) que se celebrará en sus convocatorias anuales en la sede que se fije.

Los estudiantes que soliciten la admisión al Máster y deban acreditar el conocimiento del español, serán admitidos con carácter condicional, debiendo acreditar el cumplimiento de alguno de los dos requisitos anteriores, en los plazos que establezca la Universidad.

Estarán exentos de este requisito quienes acrediten la nacionalidad española, o procedan de países o sistemas educativos hispano-hablantes, o hayan realizado sus estudios previos en español, o aquellos estudiantes que cursen sus grados/másteres totalmente en lengua inglesa, salvo requerimientos específicos en titulaciones concretas, que quedarán expresados en sus guías docentes una vez aprobados en el órgano competente.

**Acuerdo del Consejo de Gobierno de fecha 10 de noviembre de 2008 en el que se aprueba el procedimiento de admisión a estudios de Máster.**

#### 1.- Procedimiento.

##### Primer. Convocatoria.

Anualmente la Universidad Complutense de Madrid publicará la convocatoria del proceso de admisión a los estudios de máster, donde se especificará el número de plazas ofertadas en cada uno de los estudios de máster, así como los plazos y procedimientos para la presentación de solicitudes, y la documentación que haya de acompañar a las mismas.

Es competencia del Rector de la UCM, o del Vicerrector en quien delegue, la convocatoria y resolución del proceso de admisión a los estudios de máster en esta Universidad.

##### Segundo. Preinscripción.

Los estudiantes formalizarán la preinscripción en el modelo normalizado que al efecto establezca la Universidad Complutense de Madrid, donde, por orden de preferencia, podrán solicitar su admisión a un máximo de seis enseñanzas de máster. Los estudiantes sólo podrán presentar una única solicitud de preinscripción; la presentación de dos o más solicitudes conllevará la nulidad de todas ellas.

##### Tercero. Prueba de acceso.

Los másteres podrán establecer en su plan de estudios una prueba de evaluación específica de las aptitudes personales o de los conocimientos de quienes soliciten acceder al mismo. En su caso, la Universidad convocará estas pruebas anualmente, con la suficiente antelación y coordinación con el proceso de admisión.

Los aspirantes que realicen esta prueba podrán ser calificados como aptos o no aptos. La superación de la misma tendrá una validez de tres años.

##### Cuarto. Reserva de plazas.



GOBIERNO  
DE ESPAÑAMINISTERIO  
DE EDUCACIÓN, CULTURA  
Y DEPORTE

Identificador : 4313008

La Universidad Complutense de Madrid reservará un número determinado de plazas para ser adjudicadas entre los estudiantes con discapacidad, o calificados como deportistas de alto nivel.

Las plazas objeto de reserva para estos estudiantes que queden sin cubrir serán acumuladas a las ofertadas por la Universidad por el régimen general, en cada una de las convocatorias.

La ordenación y adjudicación de las plazas reservadas se realizará atendiendo a los criterios de valoración que sean de aplicación a cada máster.

#### **Quinto. Plazas reservadas a estudiantes con discapacidad.**

Se reservará un 5 por 100 de las plazas disponibles para los estudiantes que tengan reconocido un grado de minusvalía igual o superior al 33 por 100, o padeczan menoscabo total del habla o pérdida total de audición, así como para aquellos estudiantes con necesidades educativas especiales permanentes asociadas a las condiciones personales de discapacidad que durante su escolarización anterior hayan precisado recursos extraordinarios.

#### **Sexto. Plazas reservadas a deportistas.**

Se reservará un 3 por 100 de las plazas disponibles para los estudiantes que, reuniendo los requisitos académicos correspondientes, el Consejo Superior de Deportes califique y publique como deportistas de alto nivel antes del 15 de junio del año en curso, o que cumplan las condiciones que establezca el Consejo de Universidades.

Los centros que imparten másters relacionados con las enseñanzas en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, o estudios relacionados con la actividad física y el deporte, podrán reservar un cupo adicional equivalente como mínimo al cinco por ciento de las plazas ofertadas para los deportistas de alto nivel.

#### **Séptimo. Resolución de la convocatoria y de las reclamaciones.**

Por resolución del Rector o del Vicerrector en quien delegue, la Universidad publicará la relación de la adjudicación de las plazas ofertadas para sus estudios de máster en la forma prevista en la convocatoria.

Los interesados podrán reclamar ante el Rector en los tres días siguientes a la publicación oficial de la relación de adjudicación de plazas. Las reclamaciones serán presentadas ante el Vicerrectorado competente, el cual, tras la comprobación de las alegaciones efectuadas por el interesado, procederá a elevar la correspondiente propuesta de resolución de reclamación.

#### **11.- Adjudicación de plazas y criterios de valoración Primero. Prioridades para la adjudicación.**

El plan de estudios de las enseñanzas de máster de la Universidad Complutense de Madrid podrá exigir satisfacer unos determinados requisitos previos de titulación y formación, y/o la superación de una prueba de acceso, para el acceso a los mismos. Asimismo, la admisión a las enseñanzas de máster podrá prever la posible existencia de unas vías prioritarias, establecidas en sus planes de estudios.

#### **Segundo. Criterios de valoración para la adjudicación de plazas y justificación de los méritos.**

Con carácter general, el criterio preferente para la ordenación de las solicitudes será el expediente de los estudiantes. Los másters que así lo requieran, podrán realizar esta ordenación teniendo en cuenta la valoración del conjunto del currículo de los estudiantes, de acuerdo con lo previsto en su plan de estudios. La valoración del currículo de los solicitantes, y su posterior escalafonamiento, podrá, en su caso, tener en cuenta otros criterios de evaluación, especificando el peso de cada uno de ellos en la valoración final. Dentro de estos criterios pueden comprenderse, entre otros, los siguientes:

- Valoración de formación previa específica.
- Experiencia profesional previa en el ámbito del conocimiento del máster.
- Acreditación por organismos oficiales del conocimiento de idiomas.

Los estudiantes acompañarán a su solicitud de admisión a estos másters la documentación justificativa de sus méritos evaluables, conforme a lo dispuesto en el correspondiente plan de estudios.

#### **Tercero. Adjudicación de plazas.**

La resolución del proceso de admisión corresponderá al Rector, o Vicerrector en quien delegue, y se efectuará de acuerdo con lo que resulte de la aplicación de las reglas, prioridades y criterios de valoración establecidos en la presente normativa. Se realizará mediante un procedimiento conforme a criterios de mérito, igualdad y capacidad.

#### **Requisitos de acceso:**

Según establece el Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, y la normativa de la UCM, podrán acceder al Máster:

1. Personas que estén en posesión de un título oficial del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) que faculte para el acceso a las enseñanzas de Máster (Art. 16.1).
2. Personas con títulos ajenos al EEES que acrediten un nivel de formación equivalente a los títulos oficiales españoles y que faculten en su país para el acceso al posgrado (Art. 16.2).
3. Personas que estén en posesión de un título oficial de Licenciado, Arquitecto o Ingeniero (Disp. adicional 4<sup>a</sup>, 2).
4. Personas que estén en posesión de un título oficial de Diplomado, Arquitecto Técnico o Ingeniero Técnico, aunque en este caso se podrá exigir formación adicional necesaria en función del tipo y contenido de las enseñanzas cursadas (Disp. adicional 4<sup>a</sup>, 3).

#### **Perfil y competencias de ingreso:**



GOBIERNO  
DE ESPAÑAMINISTERIO  
DE EDUCACIÓN, CULTURA  
Y DEPORTE

Identificador : 4313008

El Máster Universitario en Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y en Contabilidad, está dirigido a alumnos que deseen orientar su actividad hacia la dirección de empresas, el marketing o la contabilidad, y que vayan a realizar una carrera académica o profesional en cualquier institución nacional o internacional. Por ello, el perfil del alumno se debe caracterizar por una actitud proactiva hacia la investigación académica.

#### Requisitos específicos de este Máster:

1. **Titulación o formación previa:** Graduados o Licenciados en Administración y Dirección de Empresas o titulación equivalente. Aquellos Graduados, Licenciados o Ingenieros Superiores en otros estudios tendrán que acreditar conocimientos suficientes de las materias fundamentales de dirección de empresas, marketing y contabilidad, así como tener conocimientos genéricos de estadística.
2. **Orientación:** Estudiantes que quieran desarrollar su carrera profesional en el ámbito universitario y dedicarse a la investigación científica en las áreas de dirección de empresas, marketing o contabilidad o aquellos profesionales con amplia experiencia que quieren actualizar sus conocimientos en este ámbito con un enfoque más científico.

#### Condiciones o pruebas de acceso especiales:

La admisión de alumnos se realizará mediante un proceso de selección, en el que se valorarán como principales aspectos:

1. Expediente académico en la titulación de acceso (1)
2. Expediente académico en la titulación de acceso, ponderado por la media de la titulación y año de finalización (2)
3. Curriculum vitae (3)
4. Formación específica (exceptuando titulación de acceso) (4)
5. Experiencia profesional en el ámbito de conocimiento del Máster (5)
6. Experiencia docente e investigadora (6)
7. Adecuación del perfil del candidato a los objetivos y contenidos del programa. Este criterio no está centrado en la titulación de procedencia, ya que forma parte de los requisitos de ingreso, sino en la actitud y capacitación del alumno hacia la investigación académica. El candidato deberá expresar su interés por este aspecto, tanto en la carta de motivación y el cuestionario que se le solicitará en el periodo de preinscripción como en la entrevista personal. Por ello, se tendrá en cuenta en su valoración aspectos como la capacidad de análisis, el deseo de aportar nuevos conocimientos al saber científico mediante la elaboración de una Tesis Doctoral, el interés de aplicar los últimos avances en investigación al ámbito empresarial o la posibilidad de trabajar en entornos académicos internacionales.
8. Entrevista personal, en la que se valorarán los aspectos citados en el punto 7, además de evaluar su predisposición al trabajo en equipo y su capacidad para enfrentarse a problemas complejos de índole científica.
9. Conocimientos de idiomas acreditados por organismos oficiales

Los criterios (1) y (2) son excluyentes entre sí.

Los criterios (4), (5) y (6) son excluyentes con respecto al criterio (3) que valora el currículum del candidato en su conjunto.

Los criterios de valoración sólo se aplicarán a los candidatos que cumplan los requisitos de titulación o formación previa específica, en caso de que se hayan establecido.

En caso de que se hayan establecido vías prioritarias de acceso, todos los solicitantes cuya titulación de acceso corresponda a estas vías serán valorados por delante de los que accedan por otras vías.

En todo caso, los criterios preferentes serán el expediente académico, al que se le asignará un máximo de 40 puntos, y la adecuación del perfil, con un máximo de 30 puntos. La suma de la puntuación máxima asignada a todos los criterios considerados será 100.

Criterios de valoración (Acuerdo Junta Facultad diciembre 2014)	Máximo número de puntos
Expediente académico en la titulación de acceso	40
Curriculum vitae	20
Adecuación del perfil del candidato a los objetivos y contenidos del programa	30
Conocimientos de idiomas acreditados por organismos oficiales	10

#### 4.3 APOYO A ESTUDIANTES

De entre las solicitudes que se reciban, se hará una preselección de aspirantes en función de los criterios de selección aprobados. Con los alumnos preseleccionados se podrá mantener una entrevista personal, según criterio de la Comisión Permanente del Máster. Uno de los objetivos de esta entrevista es facilitar al alumno toda la información relativa al contenido y funcionamiento del Master Universitario en Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad. Se le proporcionará amplia información académica para poder planificar su proceso de aprendizaje mediante guías docentes, horarios, calendario de actividades y exámenes, etcétera.

En el mes de septiembre se organizará una Jornada de Presentación del Master Universitario en Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad en la que participarán todos los estudiantes, el coordinador y profesores y personal de administración de los Departamentos implicados en el Master Universitario en Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad . Dicha jornada está pensada como medio de toma de contacto y de conocimiento entre los estudiantes y profesores.

Además, el Master Universitario en Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad incluye un sistema de Tutorías Académicas, de forma que el alumno tendrá la orientación constante del Coordinador del Máster, y de un tutor para la realización del TFM.





Finalmente, el Equipo de Dirección de la Master Universitario en Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad considera que la Universidad, además de ser un centro de excelencia académica e investigadora, tiene el deber de abrirse a las problemáticas sociales internas y de su entorno, de ahí que una de las líneas directrices de su Programa de Gobierno sea la necesidad de impulsar permanentemente medidas concretas que favorezcan la integración y la igualdad real de oportunidades de las personas con discapacidad en la UCM. En coherencia con ello, el 3 de diciembre de 2003 se creó la Oficina para la Integración de Personas con Discapacidad (OIPD) con el fin de conocer la situación de este colectivo y realizar las acciones oportunas que permitan su acceso a la educación superior en igualdad de condiciones y su plena integración dentro de nuestra comunidad universitaria.

En consonancia con esta iniciativa del Rectorado, en el Campus de Somosaguas se ha creado una Oficina para la Integración de Personas con Discapacidad que está siendo de gran eficacia para que personas con algún tipo de discapacidad física interesadas en realizar estudios en la Facultad, puedan hacerlo sin desventajas significativas. Así pretendemos que sea también para los alumnos del Master Universitario en Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad .

En la citada Oficina, se presta atención, información y orientación en el ámbito personal, profesional y social; asesoramiento relativo a adaptaciones académicas y ayudas técnicas; información sobre becas y prestaciones sociales; apoyo en la gestión de prácticas externas y en la inserción laboral a los estudiantes que lo soliciten, en colaboración con el Centro de Orientación e Información de Empleo (COIE) de la UCM; fomenta el apoyo a las personas con discapacidad a través del Programa de Colaboración en Actividades de Atención a la Discapacidad en los Centros de la UCM; mantiene contactos e intercambia experiencias con los servicios homólogos de otras universidades para mejorar la atención a las personas con discapacidad en la Universidad Complutense; se coordina con todos los Servicios de la UCM en pos de una mejora en la accesibilidad de las personas con discapacidad a la Universidad; promueve el voluntariado social en la UCM, con el fin apoyar a las personas con discapacidad de la comunidad universitaria; mantiene contacto con las administraciones, asociaciones, federaciones, fundaciones y plataformas representativas de los distintos tipos de discapacidad que desarrollen programas y servicios para personas discapacitadas, particularmente estudiantes universitarios.

#### 4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

##### Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

##### Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

##### Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

##### Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

**Acuerdo del Consejo de Gobierno de fecha 18 de octubre de 2011 por el que se aprueba la modificación del Reglamento sobre Reconocimiento y Transferencia de créditos (publicado en el BOUC nº 15 de 15 de noviembre de 2010).**

#### REGLAMENTO SOBRE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS EN LAS ENSEÑANZAS DE GRADO Y MÁSTER DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, establece en su artículo 6.1 que las Universidades deberán elaborar y hacer pública su Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos, con sujeción a los criterios generales que la Normativa establece, con el objeto de hacer efectiva la movilidad de estudiantes, dentro y fuera del territorio nacional.

Esta reglamentación se redacta, asimismo, a la vista del Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, en el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, que modula algunos elementos de la regulación del reconocimiento de créditos.

La función esencial que tiene esta Normativa es garantizar el derecho a la movilidad de los estudiantes, tanto dentro de la propia Universidad, como entre otras del sistema universitario español y de los integrados en el Espacio Europeo de Educación Superior.

En desarrollo de este artículo, el Consejo de Gobierno de la Universidad Complutense de Madrid, a propuesta del Consejo de Dirección, previa aprobación de la Comisión de Estudios, aprueba el presente Reglamento de reconocimiento y transferencia de créditos en las enseñanzas de Grado y Máster de la UCM.

#### Artículo 1.- Objeto

El presente Reglamento tiene como objeto regular los procedimientos de reconocimiento y transferencia de créditos de aplicación en las enseñanzas de Grado y Máster de la Universidad Complutense de Madrid.



## CAPÍTULO I: Reconocimiento de créditos

### Artículo 2.- Reconocimiento de créditos

El reconocimiento de créditos supone la aceptación por la UCM de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales de la UCM o de otra Universidad, o el proporcionar efectos académicos a actividades que, de acuerdo con la Normativa de la UCM, dispongan de carácter formativo para el estudiante. Los créditos reconocidos computarán, en los porcentajes que dependiendo de su origen se establezcan, para la obtención de una titulación de carácter oficial.

### Artículo 3. Criterios para el reconocimiento de créditos en enseñanzas de Grado

El reconocimiento de créditos desde la titulación de origen del estudiante se realizará a la enseñanza oficial de Grado que se solicite, conforme a los siguientes criterios, que deberán tener su reflejo en la Memoria del título de grado correspondiente:

- a. Cuando el título pertenezca a la misma rama de conocimiento serán objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a la formación básica de esa rama.
- b. Asimismo, serán objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en otras materias de formación básica que pertenezcan a la rama de conocimiento del título para el que se solicite el reconocimiento, no pudiendo superarse el total de créditos de Formación Básica del título solicitado.
- c. En el resto de los supuestos, el reconocimiento de créditos se realizará siempre en función de las competencias y conocimientos asociados a los créditos cursados por el estudiante y los previstos en el plan de estudios para el que se pretenda su reconocimiento, o bien, cuando tengan carácter transversal.
- d. El Trabajo Fin de Grado no podrá ser objeto de reconocimiento, al estar orientado a la evaluación de las competencias específicas asociadas al título de Grado correspondiente de la UCM.
- e. El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral de análogo nivel y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de créditos que constituyan el plan de estudios. El reconocimiento de estos créditos no incorporará calificación de los mismos por lo que no computarán a efectos de baremación del expediente.
- f. El reconocimiento de créditos a los estudiantes de titulaciones de Grado por la realización de actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantiles, solidarias y de cooperación se regulará por lo dispuesto en el Reglamento aprobado por Acuerdo del Consejo de Gobierno con fecha 15 de julio de 2010 y publicado en el BOUC el día 10 de septiembre de 2010.

### Artículo 4.- Criterios para el reconocimiento de créditos en enseñanzas de Máster

1. El reconocimiento de créditos desde la titulación de origen del estudiante se realizará a la enseñanza oficial de Máster que se solicite, conforme a los siguientes criterios:

- a. Podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a asignaturas superadas entre enseñanzas oficiales de Máster, en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las asignaturas de origen y las previstas en el plan de estudios del título de Máster Universitario para el que se solicite el reconocimiento de créditos.
  - b. Se podrán reconocer créditos obtenidos en enseñanzas oficiales de Licenciatura, Ingeniería Superior o Arquitectura, enseñanzas todas ellas anteriores al R.D. 1393/2007, siempre y cuando procedan de asignaturas vinculadas al segundo ciclo de las mismas y atendiendo a la misma adecuación de competencias.
  - c. Se podrán reconocer créditos cursados en enseñanzas oficiales de Doctorado reguladas tanto por el R.D. 1393/2007 como por los anteriores R.D. 185/1985 R.D. 778/1998 y R.D. 56/2005, teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las asignaturas cursadas por el estudiante y los previstos en el Máster Universitario que se quiera cursar.
  - d. El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral de análogo nivel y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de créditos que constituyan el plan de estudios. El reconocimiento de estos créditos no incorporará calificación de los mismos por lo que no computarán a efectos de baremación del expediente.
  - e. El Trabajo Fin de Máster no podrá ser objeto de reconocimiento, al estar orientado a la evaluación de las competencias específicas asociadas al título de Máster correspondiente de la UCM.
2. El reconocimiento de créditos no podrá superar el 40% de los créditos correspondientes al título de Máster para el que se solicite el reconocimiento.



#### **Artículo 5.- Efectos del reconocimiento de créditos.**

1. En el proceso de reconocimiento quedarán reflejados, de forma explícita, el número y tipo de créditos ECTS que se le reconocen al estudiante, conforme a los contenidos y competencias que queden acreditados, y aquellas asignaturas que no deberán ser cursadas por el estudiante.
2. En el expediente del estudiante las asignaturas figurarán como reconocidas, con la calificación correspondiente. Esta calificación será equivalente a la calificación de las asignaturas que han dado origen al reconocimiento. En caso necesario, se realizará la media ponderada cuando varias asignaturas de origen conlleven e reconocimiento de una única asignatura de destino.
3. No serán susceptibles de reconocimiento los créditos de asignaturas previamente reconocidas o convalidadas.

#### **CAPÍTULO II: Transferencia de créditos Artículo 6.- Transferencia de créditos**

Ateniéndonos al R.D. 1393/ 2007, modificado por el R.D. 861/ 2010, la transferencia de créditos implica que en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas de Grado y Máster de la UCM, seguidas por cada estudiante, se incluirá la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la UCM u otra Universidad, cuando esos estudios no hayan conducido a la obtención de un título oficial. No se incluirán entre estos créditos los que hayan sido objeto de reconocimiento.

#### **Artículo 7.- -Efectos de la transferencia de créditos.**

1. La transferencia de créditos se realizará consignando el número de créditos y la calificación obtenida en las asignaturas superadas en otros estudios universitarios oficiales no finalizados.
2. En ningún caso los créditos objeto de transferencia computarán a efectos de media del expediente académico.
3. La transferencia de créditos será otorgada por la Secretaría General de la Universidad a la vista de la documentación aportada por el estudiante y se incorporará a su expediente académico.

#### **CAPÍTULO III: Competencia y procedimiento para el reconocimiento de Créditos**

##### **Artículo 8.- Órgano competente para el reconocimiento de créditos en enseñanzas de Grado y Máster**

1. Las solicitudes de reconocimiento de créditos serán resueltas por el Decano/a o Director/a del Centro al que se encuentren adscritas las enseñanzas de Grado y Máster, para las que se solicita el reconocimiento de créditos, previo informe de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de créditos del Centro.
2. La Comisión de Estudios de la Universidad velará por el correcto funcionamiento de las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de cada Centro, atenderá las dificultades que pudieran surgir en los procesos de reconocimiento y transferencias y validará las tablas de reconocimiento de créditos.

##### **Artículo 9.- Procedimiento de reconocimiento de créditos**

1. Los alumnos podrán solicitar el reconocimiento de créditos conforme a lo establecido en el presente Reglamento en las fechas que específicamente se establezcan por la UCM.

2. La solicitud deberá presentarse en el Centro al que se encuentre adscrito el título oficial para el que se solicite el reconocimiento y se acompañará de toda la documentación que acredite el contenido y competencias de las asignaturas por las que se solicite el reconocimiento. Los solicitantes que sean o hayan sido alumnos de la UCM no estarán obligados a aportar la documentación que ya obre en poder de la Universidad.

En el caso del reconocimiento por actividades laborales se deberán valorar las funciones ejercidas por el estudiante y cómo han repercutido en su formación. Dichas funciones deberán ser debidamente acreditadas. En todo caso, se aportará, el Informe de la vida laboral.

3. La eficacia del reconocimiento de créditos en estudios de Grado y Máster quedará, en todo caso, condicionada al abono completo de todos los conceptos económicos recogidos en la matrícula del alumno en el curso académico correspondiente.

4. El coste de la matrícula por la incorporación de los créditos reconocidos por el presente procedimiento se ajustará a lo establecido en materia de reconocimiento de créditos, teniendo en cuenta el Decreto de Precios Públicos que anualmente establezca el Gobierno de la Comunidad de Madrid.

##### **Artículo 10.- Recursos**



Contra las resoluciones del Decano/a o Director/a del Centro se podrá interponer recurso de alzada ante el Rector en el plazo de un mes.

#### **Artículo 11. ¿ Tablas de Reconocimiento de créditos**

Los Centros elaborarán tablas de reconocimiento de créditos que serán públicas y que permitirán a los estudiantes conocer con antelación las asignaturas, materias o módulos susceptibles de reconocimiento. Estas tablas se remitidas a la Comisión de Estudios de la Universidad Complutense al finalizar cada curso académico, debiendo actualizarse periódicamente con los reconocimientos nuevos que se hayan tramitado y aprobado. Cualquier modificación de estas tablas será puesta en conocimiento de la Comisión de Estudios.

#### **DISPOSICIÓN ADICIONAL PRIMERA**

Se faculta al Vicerrectorado competente en la materia para interpretar, aclarar y establecer criterios homogéneos para lo dispuesto en el presente Reglamento.

#### **DISPOSICIÓN ADICIONAL SEGUNDA**

Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursados en cualquier Universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente título, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título.

#### **DISPOSICIÓN DEROGATORIA**

Se derogan todas las disposiciones de igual o inferior rango que contradigan lo dispuesto en este Reglamento

#### **DISPOSICIÓN FINAL**

El presente Reglamento entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el BOLETÍN OFICIAL DE LA UCM.

#### **4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS**



## 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

### 5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

Ver Apartado 5: Anexo 1.

### 5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Clases teóricas: que permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos de la materia para reflexionar y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros/as.
- Discusión y presentación de artículos e investigaciones: el estudiante analizará y discutirá artículos e investigaciones académicas específicos de la materia, que previamente habrá preparado individualmente y/o en grupo. El objetivo es que el estudiante trabaje con ejemplos reales de investigación que le permitan ver las principales teorías, variables que conformen cada modelo específico de análisis, la metodología y los resultados empíricos obtenidos, con sus consiguientes contribuciones y líneas futuras de investigación
- Seminarios específicos sobre los distintos contenidos donde los estudiantes puedan tomar contacto con diferentes estudiosos o académicos de prestigio de la materia y compartir con ellos sus preguntas y dudas sobre la aplicación de los conocimientos adquiridos en el resto de actividades formativas. Estos Seminarios, que ya se ofrecen en la Facultad, son organizados por el Decanato.
- Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor/a aquellas dudas, preguntas que le hayan surgido a lo largo del resto de actividades formativas o bien, contenidos o temas de discusión sobre lo que deseé profundizar.
- Evaluación
- Análisis y resumen de artículos e investigaciones académicas: los estudiantes habrán de estudiar, analizar y resumir artículos o investigaciones académicas sobre contenidos de la materia.
- Revisiones bibliográficas: los alumnos deberán realizar revisiones bibliográficas sobre alguno de los tópicos de la materia.
- Estudio personal: permitirá al estudiante aprender los conceptos básicos de la materia.

### 5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES

Las actividades con la presencia del profesor permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos de la materia para reflexionar y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros. Así el estudiante analizará y discutirá artículos e investigaciones académicas específicos de la materia, que previamente habrá preparado individualmente y/o en grupo. El objetivo es ver las principales teorías, variables que conformen cada modelo específico de análisis, la metodología y los resultados empíricos obtenidos, con sus consiguientes contribuciones y líneas futuras de investigación. Se impartirán Seminarios especializados, orientados a la investigación académica, que ya se ofrezcan en la Facultad, organizados por el Decanato. Las Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor sus dudas y preguntas.

Las actividades sin la presencia del profesor serán: el estudio, análisis y resumen de artículos o investigaciones académicas sobre contenidos de la materia y las revisiones bibliográficas sobre alguno de los tópicos de la materia. Todo ello permitirá al estudiante aprender los conceptos básicos de la materia.

### 5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

- Participación activa en el aula
- Análisis y resumen de artículos e investigaciones académicas
- Discusión y presentación oral de artículos e investigaciones
- Revisiones bibliográficas
- Exámenes, pruebas escritas y resolución escrita de casos

### 5.5 NIVEL 1: MODULO INSTRUMENTAL

#### 5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

#### NIVEL 2: Materia de Metodología de la Investigación, Fuentes de Datos y Métodos Estadísticos

##### 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	24

##### DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
24		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6





ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORUTGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3</b>		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>El estudiante, una vez superado el Módulo Instrumental, aprenderá a realizar el proceso de investigación en dirección de empresas, marketing y contabilidad (a analizar un artículo científico, e lección de un tema para la tesis doctoral , modelo de investigación , m etodología, método y procedimiento y tipos de diseños en la investigación ). Los estudiantes aprenderán a manejar bases de datos bibliográficas y de fuentes de información primarias y secundarias, técnicas de recogida de datos. Finalmente, la materia va a permitir que los estudiantes adquieran conocimientos relacionados con los utilización de técnicas de análisis cualitativo.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>El estudio de <b>Metodología de la Investigación</b> va a permitir que los estudiantes adquieran conocimientos más profundos relacionados con el proceso de investigación en dirección de empresas, marketing y contabilidad (análisis de un artículo científico, e lección de un tema para la tesis doctoral , modelo de investigación , m etodología, método y procedimiento y tipos de diseños en la investigación ).</p> <p>De esta manera, al incrementar el número de créditos asociados a esta materia, los alumnos podrán estudiar de una manera más profunda y pormenorizada todos los contenidos que en ediciones anteriores quedaban sin poderse explicar por falta de tiempo. De ahí, que los propios alumnos de cursos anteriores solicitaran que se ampliaran el número de horas asociadas a esta materia para poder adquirir un mayor y más completo conocimiento de la materia en cuestión.</p> <p>Lo mismo sucede con las materias asociadas a todas las especialidades, que incrementan el número de créditos lo que permite profundizar mucho más y estudiar con un mayor detalle cada uno de los contenidos propuestos.</p> <p>Entre los aspectos más relevantes para el planteamiento de una propuesta metodológica, también se encuentran las técnicas asociadas a la identificación de problemas, el planteamiento de hipótesis y la propuesta de modelos estructurales. Más concretamente, en las fuentes de información primarias se abordan las distintas metodologías cualitativas (Focus Groups, Técnicas Proyectivas, Observación, etc.), la construcción de cuestionarios estructurados y no estructurados y su aplicación, y las fuentes primarias cuantitativas. Se mueve este enunciado al epígrafe que hace referencia a los métodos Estadísticos para la investigación. Los estudiantes podrán adquirir el conocimiento de todo el proceso de investigación, partiendo del planeamiento del problema, definición del tipo de investigación, conocimiento del método científico adecuado, formulación de hipótesis, selección de muestra y elaboración de conclusiones, todo ello orientado a la realización de la tesis doctoral.</p> <p>El análisis de las <b>Fuentes de Información y Documentación</b> va a permitir que los estudiantes adquieran conocimientos relacionados con el m anjeo de bases de datos bibliográficas (Abi, Ebsco, Econlit, etc.) y de f uentes de información primarias y secundarias ( Sabi, Pitec, Encuesta de estrategias empresariales, paneles de detallistas y paneles de consumidores, etc.) , técnicas de recogida de datos para lo cual se deberá seleccionar el instrumento de medición más adecuado de los existentes, o bien, desarrollar uno. Aplicar este instrumento de medición y tratamiento de las mediciones obtenidas para su análisis posterior.</p> <p>El estudio de los <b>Métodos Estadísticos para la Investigación</b> va a permitir que los estudiantes adquieran conocimientos relacionados con la utilización de técnicas (análisis de satisfacción y teoría fundamental), datos de panel y procedimientos generales de análisis cuantitativo (uni, bi y multivariante). En este sentido, se estudiarán las últimas aportaciones en análisis cuantitativo, como la aplicación de Mínimos Cuadrados Parciales.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG5 - Que los estudiantes hayan demostrado una comprensión sistemática de un campo de estudio y el dominio de las habilidades y métodos de investigación relacionados con dicho campo.		
CG6 - Que los estudiantes hayan demostrado la capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación con seriedad académica.		
CG8 - Que los estudiantes sean capaces de realizar un análisis crítico, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.		
CG9 - Que los estudiantes sepan comunicarse con sus colegas, con la comunidad académica en su conjunto y con la sociedad en general acerca de sus áreas de conocimiento.		



CG4 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
CG1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con su área de estudio.
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

#### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Elaborar, escribir y defender informes de carácter científico y técnico.

CT2 - Capacidad de trabajo en equipo.

CT3 - Demostrar capacidad de autoaprendizaje

CT4 - Capacidad para comunicarse en otros idiomas, principalmente inglés.

CT5 - Capacidad para utilizar en todos los ámbitos las tecnologías de la información y la comunicación.

CT6 - Demostrar compromiso ético.

CT7 - Comunicar resultados de forma oral/escrita.

CT8 - Demostrar motivación por la investigación científica.

#### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE2 - Que los estudiantes dominen las habilidades y métodos de investigación relacionados, para realizar una investigación original que permita avanzar en el conocimiento.

CE3 - Que los estudiantes hayan demostrado la capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso de investigación riguroso en los aspectos relacionados con la dirección de empresas, marketing y contabilidad, así como una comprensión sistemática de las técnicas estadísticas y econométricas para la investigación.

CE4 - Que los estudiantes sean capaces de identificar las fuentes de información relevante para analizar los problemas objeto de estudio

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
- Clases teóricas: que permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos de la materia para reflexionar y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros/as.	115	100
- Discusión y presentación de artículos e investigaciones: el estudiante analizará y discutirá artículos e investigaciones académicas específicos de la materia, que previamente habrá preparado individualmente y/o en grupo. El objetivo es que el estudiante trabaje con ejemplos reales de investigación que le permitan ver las principales teorías, variables que conformen cada modelo específico de análisis, la metodología y los resultados empíricos obtenidos, con sus consiguientes	50	100



contribuciones y líneas futuras de investigación		
- Seminarios específicos sobre los distintos contenidos donde los estudiantes puedan tomar contacto con diferentes estudiosos o académicos de prestigio de la materia y compartir con ellos sus preguntas y dudas sobre la aplicación de los conocimientos adquiridos en el resto de actividades formativas. Estos Seminarios, que ya se ofrecen en la Facultad, son organizados por el Decanato.	10	100
- Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor/a aquellas dudas, preguntas que le hayan surgido a lo largo del resto de actividades formativas o bien, contenidos o temas de discusión sobre lo que deseé profundizar.	10	100
- Evaluación	7	100
- Análisis y resumen de artículos e investigaciones académicas: los estudiantes habrán de estudiar, analizar y resumir artículos o investigaciones académicas sobre contenidos de la materia.	138	0
- Estudio personal: permitirá al estudiante aprender los conceptos básicos de la materia.	270	0

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Las actividades con la presencia del profesor permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos de la materia para reflexionar y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros. Así el estudiante analizará y discutirá artículos e investigaciones académicas específicos de la materia, que previamente habrá preparado individualmente y/o en grupo. El objetivo es ver las principales teorías, variables que conformen cada modelo específico de análisis, la metodología y los resultados empíricos obtenidos, con sus consiguientes contribuciones y líneas futuras de investigación. Se impartirán Seminarios especializados, orientados a la investigación académica, que ya se ofrecen en la Facultad, organizados por el Decanato. Las Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor sus dudas y preguntas.

Las actividades sin la presencia del profesor serán: el estudio, análisis y resumen de artículos o investigaciones académicas sobre contenidos de la materia y las revisiones bibliográficas sobre alguno de los tópicos de la materia. Todo ello permitirá al estudiante aprender los conceptos básicos de la materia.

#### 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
- Participación activa en el aula	0.0	15.0
- Análisis y resumen de artículos e investigaciones académicas	0.0	40.0
- Discusión y presentación oral de artículos e investigaciones	5.0	15.0
- Revisiones bibliográficas	0.0	30.0
- Exámenes, pruebas escritas y resolución escrita de casos	10.0	60.0

#### 5.5 NIVEL 1: MODULO TRABAJO FIN DE MASTER

##### 5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

#### NIVEL 2: TRABAJO FIN DE MASTER

##### 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster
----------	-------------------------------



<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL:</b> Semestral		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	12	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
No existen datos		
<b>NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3</b>		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>El estudiante aprenderá a realizar un trabajo de investigación, riguroso, metodológicamente bien construido, utilizando las técnicas de investigación aprendidas, para que con la bibliografía estudiada y las fuentes de información analizadas les permita iniciar el proceso de elaboración de una Tesis Doctoral.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p><b>MODULO TRABAJO FIN DE MASTER (12 ECTS), CARÁCTER: OBLIGATORIO</b></p> <p>Los trabajos de fin de master se realizarán entre algunas de las siguientes líneas de investigación. Si el alumno desea obtener una las tres posibles especialidades deberá desarrollar el TFM solamente en las líneas especificadas en cada una de las especialidades:</p> <p><b>Especialidad en DIRECCIÓN DE EMPRESAS:</b></p> <p><b>Línea de investigación en dirección estratégica de la empresa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelos de gobierno corporativo y responsabilidad social corporativa y su efecto sobre los resultados de la empresa</li> <li>- Los recursos y capacidades y su relación con la ventaja competitiva (creación, mantenimiento y protección), la orientación estratégica de la empresa y el logro de rentas empresariales.</li> <li>- El entorno competitivo: industria, clusters y distritos industriales. Efecto en los resultados empresariales.</li> <li>- Formulación e implantación de estrategias medioambientales y su impacto en la reputación y resultados de la empresa. Gestión e innovación ambiental.</li> <li>¿ Estrategias de desarrollo empresarial: integración vertical, diversificación (relacionada y no relacionada) y reestructuración empresarial.</li> <li>¿ Métodos de desarrollo empresarial: crecimiento orgánico, fusiones y adquisiciones y alianzas estratégicas.</li> <li>¿ Cooperación universidad-empresa.</li> <li>¿ Redes interorganizativas.</li> <li>¿ Internacionalización de la empresa y la empresa multinacional.</li> <li>- Dirección de pequeñas y medianas empresas</li> </ul> <p><b>Línea de investigación en creación de empresas e innovación:</b></p>		





GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE EDUCACIÓN, CULTURA  
Y DEPORTE

Identificador : 4313008

- Creación de nuevas empresas (start-ups). Determinantes del éxito y fracaso.
- Descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades empresariales.
- Emprendimiento corporativo (corporate entrepreneurship).
- Emprendimiento social (social entrepreneurship).
- Factores externos determinantes de la innovación: oportunidad tecnológica, oportunidad económica y trayectorias tecnológicas.
- Factores internos determinantes de la innovación: capacidad de absorción y características empresariales.
- Marco institucional y evolución y estructura de la industria como soporte de la innovación.
- Estrategias para la consecución, protección y explotación de la tecnología. Implantación de la estrategia de innovación tecnológica. Relación entre innovación y resultados empresariales.
- Gestión del conocimiento y el capital intelectual.

#### **Línea de investigación en operaciones y tecnología**

- Estrategia de producción y operaciones.
- Desarrollo de nuevos productos.
- Fabricación de alto rendimiento.
- Gestión y dirección de la calidad y calidad total.
- Dirección de los nuevos sistemas de fabricación.
- Gestión de la cadena de suministro. Logística y relaciones con proveedores.
- Producción, productividad e innovación en los servicios.
- Innovación organizativa: relación e implicaciones con la innovación de producto.
- Modelos de negocios basados en las nuevas tecnologías. Mercados electrónicos. Impacto en las estructuras empresariales.
- Las empresas virtuales. Dirección de operaciones y virtualización de la cadena de suministro.

#### **Línea de investigación en organización y recursos humanos**

- Nuevas formas organizativas y resultados empresariales.
- El impacto de la tecnología en el diseño organizativo.
- Estilos de liderazgo.
- Equipos de trabajo: diseño, procesos y resultados.
- Cultura organizacional.
- Políticas de recursos humanos (empleo y captación, formación, desarrollo, retribución y retención) y resultados empresariales.
- Planes de carreras profesionales y movilidad interna.
- Evaluación del desempeño
- Valoración del capital humano.
- El efecto de los recursos humanos sobre la competitividad empresarial.
- Políticas de recolocación de directivos: servicios de outplacement.
- Gestión de la diversidad.
- Dirección internacional de recursos humanos.

#### **Especialidad en MARKETING:**

- El planteamiento de nuevas teorías y modelos sobre el comportamiento del consumidor.
- Sistemas de información, modelización y gestión para la toma de decisiones en marketing.



- La influencia de las nuevas tecnologías en el comportamiento de compra y consumo de los consumidores.
- Estrategias de segmentación de mercados.
- Teorías y modelos de evaluación del valor del cliente.
- Eficacia de la comunicación y sistemas de medición del impacto.
- El sistema de distribución en marketing y sus implicaciones estratégicas.
- Estrategias de posicionamiento de mercado.
- Métodos de decisión estratégica en marketing y evaluación del impacto en el mercado.
- Teorías de elección de marca.
- Estrategias de marketing social.
- Marketing sectorial (marketing turístico, deportivo, servicios, infantil, político, entre otros).
- Marketing interno en las organizaciones.
- Innovación en marketing.
- Neuromarketing.

**Especialidad en CONTABILIDAD:**

- Normativa contable nacional e internacional.
- Información contable y generación de valor.
- Análisis y evaluación de la información contable.
- Combinación de negocios y estados financieros.
- Estados financieros de las empresas multinacionales.
- Perspectiva histórica de la contabilidad.
- Información contable para la gestión.
- Análisis de deterioro y fondo de comercio.
- Análisis sectorial a través de la información contable.
- Información económico-financiera para la gestión pública.
- Contabilidad de las entidades no lucrativas.
- Información contable en el marco de la teoría de la agencia y la asimetría de la información.
- Indicadores para la gestión y la rendición de cuentas.
- Informes de rendición de cuentas a stakeholders o a la sociedad: capital intelectual, informe medioambiental y responsabilidad social.
- Información económico-financiera de la nueva economía.
- Información contable para el desarrollo de economías emergentes.
- Predicción de la insolvencia y la quiebra.
- Manipulación contable.

Como indica el R.D. 1393/2007 de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, el máster ha de terminar con la elaboración y defensa pública de un Trabajo Fin de Máster (artículo 15.3). Dicho trabajo tiene la finalidad de acreditar que el estudiante ha adquirido los conocimientos y competencias asociados al título y será dirigido por uno o varios profesores. En el Master Universitario en Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad, este trabajo será de 12 ECTS y los alumnos habrán de realizar su defensa en las convocatorias oficiales que estipule la normativa de la Facultad. El Trabajo Fin de Master se podrá realizar sobre cualquier tema relacionado con las líneas de investigación anteriormente listadas.

La elaboración, defensa y calificación del Trabajo Fin de Master se realizará teniendo en cuenta el **Reglamento para la Elaboración y Defensa Pública del Trabajo Fin de Máster (TFM), aprobado por Consejo de Gobierno de fecha 21 de julio de 2016**.

**5.5.1.4 OBSERVACIONES**



### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

#### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG5 - Que los estudiantes hayan demostrado una comprensión sistemática de un campo de estudio y el dominio de las habilidades y métodos de investigación relacionados con dicho campo.

CG6 - Que los estudiantes hayan demostrado la capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación con seriedad académica.

CG7 - Que los estudiantes hayan realizado una contribución a través de una investigación original que amplíe las fronteras del conocimiento desarrollando un corpus sustancial, del que parte merezca la publicación referenciada a nivel nacional o internacional.

CG8 - Que los estudiantes sean capaces de realizar un análisis crítico, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.

CG9 - Que los estudiantes sepan comunicarse con sus colegas, con la comunidad académica en su conjunto y con la sociedad en general acerca de sus áreas de conocimiento.

CG10 - Que se les suponga capaces de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.

CG2 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CG3 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CG4 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CG1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con su área de estudio.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

#### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Elaborar, escribir y defender informes de carácter científico y técnico.

CT2 - Capacidad de trabajo en equipo.

CT3 - Demostrar capacidad de autoaprendizaje

CT4 - Capacidad para comunicarse en otros idiomas, principalmente inglés.

CT5 - Capacidad para utilizar en todos los ámbitos las tecnologías de la información y la comunicación.

CT6 - Demostrar compromiso ético.

CT7 - Comunicar resultados de forma oral/escrita.

CT8 - Demostrar motivación por la investigación científica.

#### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Que los estudiantes hayan demostrado una comprensión sistemática para identificar las principales líneas de investigación en la dirección de empresas, marketing y contabilidad

CE2 - Que los estudiantes dominen las habilidades y métodos de investigación relacionados, para realizar una investigación original que permita avanzar en el conocimiento.



CE3 - Que los estudiantes hayan demostrado la capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso de investigación riguroso en los aspectos relacionados con la dirección de empresas, marketing y contabilidad, así como una comprensión sistemática de las técnicas estadísticas y econométricas para la investigación.

CE4 - Que los estudiantes sean capaces de identificar las fuentes de información relevante para analizar los problemas objeto de estudio

CE5 - Que los estudiantes sean capaces de iniciar el desarrollo de una Tesis Doctoral dentro de un programa de doctorado en el ámbito de la dirección de empresas, marketing y contabilidad.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
- Seminarios específicos sobre los distintos contenidos donde los estudiantes puedan tomar contacto con diferentes estudiosos o académicos de prestigio de la materia y compartir con ellos sus preguntas y dudas sobre la aplicación de los conocimientos adquiridos en el resto de actividades formativas. Estos Seminarios, que ya se ofrecen en la Facultad, son organizados por el Decanato.	9	100
- Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor/a aquellas dudas, preguntas que le hayan surgido a lo largo del resto de actividades formativas o bien, contenidos o temas de discusión sobre lo que desee profundizar.	20	100
- Evaluación	1	100
- Estudio personal: permitirá al estudiante aprender los conceptos básicos de la materia.	270	0

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Las actividades sin la presencia del profesor serán: el estudio, análisis y resumen de artículos o investigaciones académicas sobre contenidos de la materia y las revisiones bibliográficas sobre alguno de los tópicos de la materia. Todo ello permitirá al estudiante aprender los conceptos básicos de la materia.

#### 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
- Análisis y resumen de artículos e investigaciones académicas	40.0	70.0
- Discusión y presentación oral de artículos e investigaciones	10.0	20.0
- Revisiones bibliográficas	10.0	30.0

### 5.5 NIVEL 1: MODULO FUND. DE INVESTIGACIÓN EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS, MARKETING Y CONTABILIDAD

#### 5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

#### NIVEL 2: Materia de Fundamentos de Investigación en Dirección de Empresas

#### 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	24	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL:</b> Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	24	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6





ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Dirección de Empresas		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Los estudiantes aprenderán los aspectos relativos al proceso de investigación tanto en su fundamentación teórica (marco conceptual) como en la elaboración de modelos de análisis genéricos y específicos, así como la obtención de resultados de la investigación aplicada en los cuatro grandes bloques de investigación de esta materia:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dirección Estratégica de la Empresa;</li> <li>2. Creación de Empresas (función empresarial, <i>Entrepreneurship</i>) y la innovación;</li> <li>3. Dirección de Operaciones y de la Tecnología;</li> <li>4. Organización y Recursos Humanos.</li> </ol>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Dentro de esta materia, se van a estudiar los fundamentos de investigación de las cuatro grandes áreas dentro del área de conocimiento de organización y dirección de empresas: dirección estratégica, emprendimiento e innovación, dirección de operaciones y de la tecnología y organización y recursos humanos.</p> <p>Las líneas de investigación que se estudiaran en el ámbito de la <b>Dirección Estratégica de la Empresa</b> permitirán a los estudiantes conocer los principales fundamentos teóricos y herramientas metodológicas, y su evolución, que se han utilizado para comprender los siguientes fenómenos: los recursos y capacidades de la empresa y los factores del entorno que impactan en su estrategia y resultados; el gobierno corporativo; los modelos de negocio sostenibles; las direcciones de desarrollo corporativas; los procesos de externalización, outsourcing y reestructuración empresarial; el crecimiento orgánico, la cooperación y alianzas estratégicas, y las fusiones y adquisiciones; y la salida de la empresa a países extranjeros mediante procesos de internacionalización y la problemática de la dirección de la empresa multinacional.</p> <p>Asimismo, dicha materia va a permitir que los estudiantes adquieran conocimientos relacionados con el <b>Emprendimiento y la Innovación</b>. Se estudiarán los principales fundamentos teóricos y herramientas metodológicas, y su evolución, que se han utilizado para comprender los siguientes fenómenos: creación de nuevas empresas (start-ups); el comportamiento emprendedor; el descubrimiento y explotación de oportunidades empresariales, y el papel del espacio geográfico en la creación empresarial. Asimismo, se formará en los determinantes de la innovación (oportunidad tecnológica, oportunidad económica y trayectorias tecnológicas, capacidad de absorción y características empresariales), las estrategias para la consecución, protección y explotación de la tecnología y la gestión del conocimiento y el capital intelectual.</p> <p>Va a permitir que los estudiantes adquieran conocimientos de <b>Dirección de Operaciones y de la Tecnología</b> relacionados con la estrategia de producción y operaciones y las nuevas tecnologías. En concreto, se analizarán los principales fundamentos teóricos y herramientas metodológicas, y su evolución, que se han utilizado para comprender los siguientes fenómenos: la productividad; la dirección de los nuevos sistemas de fabricación; la logística y gestión de la cadena de suministro; la producción en los servicios; el desarrollo de nuevos productos; y la gestión de la calidad. Igualmente se formará en aspectos relacionados con los modelos de negocios basados en las TIC, los mercados electrónicos, las empresas virtuales, la dirección de la tecnología en las organizaciones, y las externalidades de red. Por otro lado, en las economías desarrolladas se está produciendo un importante cambio en las formas de interacción económica. Esta transformación se ha denominado economía colaborativa o de pares. Este concepto se refiere a la capacidad de los ciudadanos para, gracias a las web 2.0, generar servicios basados en la cooperación (BlaBlaCar, Wikipedia, etc.). Desde este punto de vista, estamos ante una nueva economía que se basa en la interacción recíproca entre personas y no en el intercambio mercantil, lo que generaría una mayor participación social e implicación emocional de los ciudadanos.</p> <p>Por último, dicha materia va a permitir que los estudiantes adquieran conocimientos relacionados con la <b>Organización y Recursos Humanos</b>. Se analizarán los principales fundamentos teóricos y herramientas metodológicas, y su evolución, que se han utilizado para comprender los siguientes fenómenos: por un lado, con la organización y los diseños organizativos de la empresa, la organización informal y comportamiento humano, los estilos de liderazgo, el comportamiento de los grupos en las organizaciones, y el poder, el conflicto y la cultura organizacional. Por otro, se formará en aspectos relativos a la dirección estratégica de los recursos humanos, políticas de recursos humanos (empleo y captación, desarrollo, retribución y retención), valoración del capital humano, políticas de reubicación de directivos (servicios de outplacement) y formas de evaluación para el desarrollo de los recursos humanos; así como su implantación en realidades específicas como las empresas familiares, las empresas de servicios, o las pequeñas y medianas empresas y microempresas, entre otras.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		



#### **5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG8 - Que los estudiantes sean capaces de realizar un análisis crítico, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.

CG9 - Que los estudiantes sepan comunicarse con sus colegas, con la comunidad académica en su conjunto y con la sociedad en general acerca de sus áreas de conocimiento.

CG10 - Que se les suponga capaces de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.

CG2 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CG3 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CG4 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CG1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con su área de estudio.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

#### **5.5.1.5.2 TRANSVERSALES**

CT1 - Elaborar, escribir y defender informes de carácter científico y técnico.

CT2 - Capacidad de trabajo en equipo.

CT3 - Demostrar capacidad de autoaprendizaje

CT4 - Capacidad para comunicarse en otros idiomas, principalmente inglés.

CT5 - Capacidad para utilizar en todos los ámbitos las tecnologías de la información y la comunicación.

CT6 - Demostrar compromiso ético.

CT7 - Comunicar resultados de forma oral/escrita.

#### **5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS**

CE1 - Que los estudiantes hayan demostrado una comprensión sistemática para identificar las principales líneas de investigación en la dirección de empresas, marketing y contabilidad

CE3 - Que los estudiantes hayan demostrado la capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso de investigación riguroso en los aspectos relacionados con la dirección de empresas, marketing y contabilidad, así como una comprensión sistemática de las técnicas estadísticas y econométricas para la investigación.

#### **5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS**

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
- Clases teóricas: que permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos de la materia para reflexionar y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros/as.	85	100
- Discusión y presentación de artículos e investigaciones: el estudiante analizará y discutirá artículos e investigaciones académicas específicos de la materia, que previamente habrá preparado individualmente y/o en grupo. El objetivo	85	100



es que el estudiante trabaje con ejemplos reales de investigación que le permitan ver las principales teorías, variables que conformen cada modelo específico de análisis, la metodología y los resultados empíricos obtenidos, con sus consiguientes contribuciones y líneas futuras de investigación		
- Seminarios específicos sobre los distintos contenidos donde los estudiantes puedan tomar contacto con diferentes estudiosos o académicos de prestigio de la materia y compartir con ellos sus preguntas y dudas sobre la aplicación de los conocimientos adquiridos en el resto de actividades formativas. Estos Seminarios, que ya se ofrecen en la Facultad, son organizados por el Decanato.	5	100
- Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor/a aquellas dudas, preguntas que le hayan surgido a lo largo del resto de actividades formativas o bien, contenidos o temas de discusión sobre lo que desee profundizar.	10	100
- Evaluación	7	100
- Análisis y resumen de artículos e investigaciones académicas: los estudiantes habrán de estudiar, analizar y resumir artículos o investigaciones académicas sobre contenidos de la materia.	271	0
- Estudio personal: permitirá al estudiante aprender los conceptos básicos de la materia.	137	0

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Las actividades con la presencia del profesor permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos de la materia para reflexionar y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros. Así el estudiante analizará y discutirá artículos e investigaciones académicas específicos de la materia, que previamente habrá preparado individualmente y/o en grupo. El objetivo es ver las principales teorías, variables que conformen cada modelo específico de análisis, la metodología y los resultados empíricos obtenidos, con sus consiguientes contribuciones y líneas futuras de investigación. Se impartirán Seminarios especializados, orientados a la investigación académica, que ya se ofrecen en la Facultad, organizados por el Decanato. Las Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor sus dudas y preguntas.

Las actividades sin la presencia del profesor serán: el estudio, análisis y resumen de artículos o investigaciones académicas sobre contenidos de la materia y las revisiones bibliográficas sobre alguno de los tópicos de la materia. Todo ello permitirá al estudiante aprender los conceptos básicos de la materia.

#### 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
- Participación activa en el aula	0.0	15.0
- Análisis y resumen de artículos e investigaciones académicas	25.0	50.0
- Discusión y presentación oral de artículos e investigaciones	25.0	50.0
- Exámenes, pruebas escritas y resolución escrita de casos	0.0	60.0

#### NIVEL 2: Materia de Fundamentos de Investigación en Marketing

##### 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2



<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	24	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL:</b> Semestral		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	24	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Marketing		
<b>NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3</b>		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Los estudiantes aprenderán los aspectos relativos al proceso de investigación en Marketing, está diseñada para que los alumnos aprendan conocimientos y capacidades sobre los ámbitos de aplicación del Marketing, sobre las teorías y aplicaciones del estudio del comportamiento del consumidor, así como todo lo referente a la investigación en Marketing, Comunicación Comercial, Distribución y canales de intermediación. Además, se formará al alumno en el marketing y las Nuevas Tecnologías. De forma general, los estudiantes aprenderán el conocimiento y desarrollo de las técnicas relativas a los estudios de mercado, de opinión, de investigación comercial y de marketing, y los métodos necesarios para la correcta aplicación de los datos, obtenidos a través de la investigación de mercados.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>La materia de Fundamentos de Investigación en Marketing está diseñada para que los alumnos adquieran conocimientos y capacidades sobre los ámbitos de aplicación del Marketing, sobre las teorías y aplicaciones del estudio del comportamiento del consumidor, así como todo lo referente a la investigación en Marketing, Comunicación Comercial, Distribución y canales de intermediación. Además, se formará al alumno en el marketing y las Nuevas Tecnologías, dada la importancia que esta área ha adquirido en los últimos años, tanto desde un punto de vista social, como económico y cultural.</p> <p>De forma general, esta materia contribuye al conocimiento y desarrollo de las técnicas relativas a los estudios de mercado, de opinión, de investigación comercial y de marketing, y proporciona conocimientos sobre los métodos necesarios para la correcta aplicación de los datos, obtenidos a través de la investigación de mercados. Según diversos autores, la investigación comercial puede adoptar diversos aspectos, no siempre excluyentes, sino más bien complementarios. La investigación comercial es la ciencia que utiliza medios formales de obtención de información para ser empleada en el desarrollo de las decisiones de marketing. En este sentido, los modelos teóricos planteados en esta disciplina, serán parte fundamental del contenido de esta materia, con un enfoque eminentemente orientado a la excelencia en la investigación de mercados.</p> <p>El estudio del contexto de aplicación del Marketing, permitirá que los estudiantes comprendan la variedad de ámbitos en los que el marketing se desarrolla, y cómo condicionan el análisis y la aplicación de las estrategias de mercado. En este sentido, se explican las particularidades de los mercados de productos de gran consumo, servicios, marketing público y no lucrativo, etc. En definitiva, se trata de que el alumno entienda la complejidad de las decisiones de marketing, y como éstas se supeditan a las características particulares de su ámbito de aplicación.</p> <p>El estudio del <b>Comportamiento del Consumidor</b> es la clave del diseño de las estrategias, por lo que su comprensión permitirá que los estudiantes tengan una visión completa del proceso de decisión de compra del consumidor, y de todos los factores influyentes. Por tanto, aquí se incluye el estudio de los factores internos o psicológicos del comportamiento, y los factores externos o sociológicos que afectan a las decisiones de compra. Además, el estudiante comprenderá los principales modelos de estudio del comportamiento del consumidor y aprenderá las bases del análisis del valor del cliente (CLV) y todo aquello relacionado con su gestión, desde un punto de vista estratégico. En este sentido, se explicarán los aspectos relacionados con la Teoría Motivacional, la Teoría de las Expectativas o la Teoría de la Percepción, por nombrar algunas de las más relevantes en lo que al estudio del consumidor se refiere.</p> <p>El estudio de la <b>Comunicación en Marketing</b> y los sistemas de <b>Distribución Comercial</b>, sentará las bases de la comunicación integrada en Marketing, incluyendo la publicidad, la comunicación online, la promoción de ventas, y las nuevas tendencias en investigación y gestión de marcas. Además, se estudiarán las características especiales de las marcas del distribuidor y todo lo que tiene que ver con la distribución comercial (canales de comercialización, ciclo de distribución, intermediación, etc.). En relación a todos estos elementos que han sido clave en el desarrollo científico de la disciplina, los alumnos estudiarán las bases teóricas, y los modelos sustantivos de la Teoría de la Distribución o la Teoría de Gestión del Valor de Marcas.</p>		



Por último, el estudio del **Marketing** y su relación con las **Nuevas Tecnologías**, se centra en los nuevos medios de relación con el consumidor, y los estudiantes comprenderán la importancia de las nuevas tecnologías y su impacto en los mercados, así como técnicas específicas como las redes sociales o el WOM. En definitiva, en esta asignatura el alumno podrá entender todo aquello que supone la aplicación del Marketing Digital desde un punto de vista estratégico. Son muchas las teorías que se están desarrollando en este ámbito, en el que las aportaciones empíricas empiezan a ser algo habitual, potenciadas por la disponibilidad de información y los algoritmos informáticos recientemente aportados. Por ejemplo, las cuatro claves de la Teoría de la Información Digital, se sustentan en cuatro pilares: inmaterialidad, interactividad, instantaneidad e innovación. El Master Universitario en Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad, es el marco idóneo para la presentación, el estudio, el debate y el contraste empírico de estas, y de otros modelos teóricos que proliferan en esta área.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG8 - Que los estudiantes sean capaces de realizar un análisis crítico, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.

CG9 - Que los estudiantes sepan comunicarse con sus colegas, con la comunidad académica en su conjunto y con la sociedad en general acerca de sus áreas de conocimiento.

CG10 - Que se les suponga capaces de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.

CG2 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CG3 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones *¿y los conocimientos y razones últimas que las sustentan?* a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CG4 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CG1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con su área de estudio.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Elaborar, escribir y defender informes de carácter científico y técnico.

CT2 - Capacidad de trabajo en equipo.

CT3 - Demostrar capacidad de autoaprendizaje

CT4 - Capacidad para comunicarse en otros idiomas, principalmente inglés.

CT5 - Capacidad para utilizar en todos los ámbitos las tecnologías de la información y la comunicación.

CT6 - Demostrar compromiso ético.

CT7 - Comunicar resultados de forma oral/escrita.

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Que los estudiantes hayan demostrado una comprensión sistemática para identificar las principales líneas de investigación en la dirección de empresas, marketing y contabilidad

CE3 - Que los estudiantes hayan demostrado la capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso de investigación riguroso en los aspectos relacionados con la dirección de empresas, marketing y contabilidad, así como una comprensión sistemática de las técnicas estadísticas y econométricas para la investigación.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
---------------------	-------	----------------



- Clases teóricas: que permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos de la materia para reflexionar y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros/as.	85	100
- Discusión y presentación de artículos e investigaciones: el estudiante analizará y discutirá artículos e investigaciones académicas específicos de la materia, que previamente habrá preparado individualmente y/o en grupo. El objetivo es que el estudiante trabaje con ejemplos reales de investigación que le permitan ver las principales teorías, variables que conformen cada modelo específico de análisis, la metodología y los resultados empíricos obtenidos, con sus consiguientes contribuciones y líneas futuras de investigación	85	100
- Seminarios específicos sobre los distintos contenidos donde los estudiantes puedan tomar contacto con diferentes estudiosos o académicos de prestigio de la materia y compartir con ellos sus preguntas y dudas sobre la aplicación de los conocimientos adquiridos en el resto de actividades formativas. Estos Seminarios, que ya se ofrecen en la Facultad, son organizados por el Decanato.	5	100
- Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor/a aquellas dudas, preguntas que le hayan surgido a lo largo del resto de actividades formativas o bien, contenidos o temas de discusión sobre lo que deseé profundizar.	10	100
- Evaluación	7	100
- Análisis y resumen de artículos e investigaciones académicas: los estudiantes habrán de estudiar, analizar y resumir artículos o investigaciones académicas sobre contenidos de la materia.	271	0
- Estudio personal: permitirá al estudiante aprender los conceptos básicos de la materia.	137	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Las actividades con la presencia del profesor permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos de la materia para reflexionar y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros. Así el estudiante analizará y discutirá artículos e investigaciones académicas específicos de la materia, que previamente habrá preparado individualmente y/o en grupo. El objetivo es ver las principales teorías, variables que conformen cada modelo específico de análisis, la metodología y los resultados empíricos obtenidos, con sus consiguientes contribuciones y líneas futuras de investigación. Se impartirán Seminarios especializados, orientados a la investigación académica, que ya se ofrecen en la Facultad, organizados por el Decanato. Las Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor sus dudas y preguntas.		
Las actividades sin la presencia del profesor serán: el estudio, análisis y resumen de artículos o investigaciones académicas sobre contenidos de la materia y las revisiones bibliográficas sobre alguno de los tópicos de la materia. Todo ello permitirá al estudiante aprender los conceptos básicos de la materia.		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b> PONDERACIÓN MÁXIMA</b>



- Participación activa en el aula	0.0	15.0
- Análisis y resumen de artículos e investigaciones académicas	25.0	50.0
- Discusión y presentación oral de artículos e investigaciones	25.0	50.0
- Exámenes, pruebas escritas y resolución escrita de casos	0.0	60.0

**NIVEL 2: Materia de Fundamentos de Investigación en Contabilidad****5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2**

<b>CARÁCTER</b>	Optativa
<b>ECTS NIVEL 2</b>	24

**DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral**

<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	24	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>

**LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE**

<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	

**LISTADO DE ESPECIALIDADES**

Especialidad en Contabilidad

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

**5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

Los estudiantes aprenderán los aspectos relativos al proceso de investigación en Contabilidad; del conocimiento de la Normativa Contable y una formación adecuada en la normalización contable y el conocimiento de la información económico-financiera regulada. También aprenderán el proceso de investigación del Conocimiento y control de la información contable, el Análisis y Evaluación de la Información Contable que tiene por objetivo la capacitación del alumno en la utilización de la información económico financiera; y la Contabilidad desde la perspectiva Histórica y Sectorial.

**5.5.1.3 CONTENIDOS**

Dentro de esta materia, se van a integrar los métodos y herramientas de investigación con las nuevas perspectivas del ámbito de la contabilidad, en un entorno globalizado e internacional. Para ello, se introduce a los estudiantes en los paradigmas actuales de investigación en contabilidad para aplicarlos al análisis económico-financiero, a la información interna, o a los informes externos. En definitiva, los estudiantes aprenderán a investigar sobre la normatividad contable y sus desarrollos, el conocimiento y control de la información contable, el análisis y la evaluación de la información contable o la perspectiva histórica y sectorial de la contabilidad.

Las líneas de investigación que se abordarán en los seminarios de la materia de **Normativa Contable** tienen como objetivo que el alumno conozca la normatividad contable, desde la perspectiva de un marco internacional y globalizado, las interacciones de la información financiera y no financiera y el papel de la información contable en las organizaciones. Para ello se consultarán todos los foros sobre normatividad contable, para que el alumno conozca, profundice, interprete y argumente la norma. De esta manera se realizará un aprendizaje enfocado a la investigación, que permita desarrollar trabajos sobre la incidencia de la normatividad contable en los mercados de capitales, la empresa o la administración pública.

En la materia de **Conocimiento y Control de la Información** contable, se introducirá al estudiante en las líneas de investigación relacionadas con la información contable para la gestión, del control de gestión, del control en el seno de las organizaciones o entre ellas, la gestión de los costes en un marco estratégico o la elaboración de cuadros de mando integrales.



Los contenidos de la materia **Análisis y Evaluación de la Información Contable** se enfocan hacia la investigación de la información económico-financiera, tanto cuantitativa como cualitativa en un entorno internacional y globalizado, permitiendo a los estudiantes elaborar y presentar técnicas de proyección de los estados financieros.

En la materia de **Contabilidad desde la Perspectiva Histórica y Sectorial**, se van abordar las investigaciones que realicen un enfoque histórico de la contabilidad y aquellas que se centren sectorialmente.

En el conjunto del itinerario de contabilidad, se pueden realizar investigaciones que se podrían denominar trasversales, ya que no son únicas de una materia. En consecuencia, los trabajos de investigación se realizan desde varias perspectivas, para poder obtener conclusiones sólidas. Es el caso de las siguientes líneas de investigación: información económico-financiera para el mercado de capitales, combinación de negocios y estados financieros, estados financieros de las empresas multinacionales, análisis de deterioro y fondo de comercio, y agregación y análisis de información.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG8 - Que los estudiantes sean capaces de realizar un análisis crítico, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.

CG9 - Que los estudiantes sepan comunicarse con sus colegas, con la comunidad académica en su conjunto y con la sociedad en general acerca de sus áreas de conocimiento.

CG10 - Que se les suponga capaces de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.

CG2 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CG3 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CG4 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CG1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con su área de estudio.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Elaborar, escribir y defender informes de carácter científico y técnico.

CT2 - Capacidad de trabajo en equipo.

CT3 - Demostrar capacidad de autoaprendizaje

CT4 - Capacidad para comunicarse en otros idiomas, principalmente inglés.

CT5 - Capacidad para utilizar en todos los ámbitos las tecnologías de la información y la comunicación.

CT6 - Demostrar compromiso ético.

CT7 - Comunicar resultados de forma oral/escrita.

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Que los estudiantes hayan demostrado una comprensión sistemática para identificar las principales líneas de investigación en la dirección de empresas, marketing y contabilidad

CE3 - Que los estudiantes hayan demostrado la capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso de investigación riguroso en los aspectos relacionados con la dirección de empresas, marketing y contabilidad, así como una comprensión sistemática de las técnicas estadísticas y econométricas para la investigación.



#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
- Clases teóricas: que permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos de la materia para reflexionar y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros/as.	85	100
- Discusión y presentación de artículos e investigaciones: el estudiante analizará y discutirá artículos e investigaciones académicas específicos de la materia, que previamente habrá preparado individualmente y/o en grupo. El objetivo es que el estudiante trabaje con ejemplos reales de investigación que le permitan ver las principales teorías, variables que conformen cada modelo específico de análisis, la metodología y los resultados empíricos obtenidos, con sus consiguientes contribuciones y líneas futuras de investigación	85	100
- Seminarios específicos sobre los distintos contenidos donde los estudiantes puedan tomar contacto con diferentes estudiosos o académicos de prestigio de la materia y compartir con ellos sus preguntas y dudas sobre la aplicación de los conocimientos adquiridos en el resto de actividades formativas. Estos Seminarios, que ya se ofrecen en la Facultad, son organizados por el Decanato.	5	100
- Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor/a aquellas dudas, preguntas que le hayan surgido a lo largo del resto de actividades formativas o bien, contenidos o temas de discusión sobre lo que desee profundizar.	10	100
- Evaluación	7	100
- Análisis y resumen de artículos e investigaciones académicas: los estudiantes habrán de estudiar, analizar y resumir artículos o investigaciones académicas sobre contenidos de la materia.	271	0
- Estudio personal: permitirá al estudiante aprender los conceptos básicos de la materia.	137	0

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Las actividades con la presencia del profesor permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos de la materia para reflexionar y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros. Así el estudiante analizará y discutirá artículos e investigaciones académicas específicos de la materia, que previamente habrá preparado individualmente y/o en grupo. El objetivo es ver las principales teorías, variables que conformen cada modelo específico de análisis, la metodología y los resultados empíricos obtenidos, con sus consiguientes contribuciones y líneas futuras de investigación. Se impartirán Seminarios especializados, orientados a la investigación académica, que ya se ofrecen en la Facultad, organizados por el Decanato. Las Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor sus dudas y preguntas.

Las actividades sin la presencia del profesor serán: el estudio, análisis y resumen de artículos o investigaciones académicas sobre contenidos de la materia y las revisiones bibliográficas sobre alguno de los tópicos de la materia. Todo ello permitirá al estudiante aprender los conceptos básicos de la materia.



**5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN**

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
- Participación activa en el aula	0.0	15.0
- Análisis y resumen de artículos e investigaciones académicas	25.0	50.0
- Discusión y presentación oral de artículos e investigaciones	25.0	50.0
- Exámenes, pruebas escritas y resolución escrita de casos	0.0	60.0



## 6. PERSONAL ACADÉMICO

### 6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS

Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Complutense de Madrid	Otro personal docente con contrato laboral	1.5	100	0
Universidad Complutense de Madrid	Profesor Visitante	0	0	0
Universidad Complutense de Madrid	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	46.4	40	0
Universidad Complutense de Madrid	Profesor colaborador Licenciado	.7	100	0
Universidad Complutense de Madrid	Ayudante	2.2	10	0
Universidad Complutense de Madrid	Catedrático de Escuela Universitaria	4.4	100	0
Universidad Complutense de Madrid	Catedrático de Universidad	5.8	100	0
Universidad Complutense de Madrid	Profesor Titular de Universidad	21.7	100	0
Universidad Complutense de Madrid	Profesor Titular de Escuela Universitaria	4.4	90	0
Universidad Complutense de Madrid	Ayudante Doctor	1.5	100	0
Universidad Complutense de Madrid	Profesor Contratado Doctor	11.6	100	0
<b>PERSONAL ACADÉMICO</b>				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
<b>6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS</b>				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

## 7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

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

## 8. RESULTADOS PREVISTOS

### 8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS

TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
75	20	60
CODIGO	TASA	VALOR %

No existen datos

Justificación de los Indicadores Propuestos:

Ver Apartado 8: Anexo 1.

### 8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS

Tal y como ha venido haciendo en los últimos años para los diversos títulos de la Universidad Complutense de Madrid, el Vicerrectorado de Desarrollo y Calidad de la Docencia empezará a proporcionarnos los datos correspondientes al Master Universitario en Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad relativos a los tres indicadores antes señalados (tasa de graduación, tasa de eficiencia y tasa de abandono) al año siguiente de inicio del título. A partir del análisis de esos datos, iremos mejorando nuestro proceso de selección de estudiantes y los métodos de enseñanza-aprendizaje.



Adicionalmente, se considerarán indicadores más específicos de carácter complementario, como la "tasa de rendimiento por materia y título" (porcentaje de créditos superados respecto a créditos matriculados) y la "tasa de éxito por materia y título" (porcentaje de créditos superados respecto a créditos presentados a examen). Esto nos permitirá detectar, entre otras cosas, las materias y/o asignaturas en las que haya más problemas para los alumnos, de forma que se puedan tomar medidas *ad hoc*.

De forma complementaria a esa información, contaremos con un instrumento que contribuirá considerablemente a una mejor evaluación del progreso y resultados del aprendizaje. El Trabajo de Fin de Máster, que servirá para evaluar el conjunto de competencias que ha adquirido cada uno de los estudiantes, lo que nos permitirá detectar los problemas y fortalezas específicos del Master.

## 9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

<b>ENLACE</b>	<a href="https://www.ucm.es/data/cont/docs/3-2018-12-20-SGIC%20M.%20Inves.%20Direcci%C3%B3n%20Empresas,%20Marketing%20DEF%2019-12-18.pdf">https://www.ucm.es/data/cont/docs/3-2018-12-20-SGIC%20M.%20Inves.%20Direcci%C3%B3n%20Empresas,%20Marketing%20DEF%2019-12-18.pdf</a>
---------------	---

## 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

<b>10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN</b>	
<b>CURSO DE INICIO</b>	2011
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
<b>10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN</b>	
El Master Universitario en Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad es una titulación de 60 ECTS diseñada para ser cursada en un solo curso académico, por ello toda la modificación propuesta se implantará, simultáneamente, en el curso 2016-17.	
<b>10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN</b>	
<b>CÓDIGO</b>	ESTUDIO - CENTRO

## 11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

<b>11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO</b>			
<b>NIF</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PRIMER APELLIDO</b>	<b>SEGUNDO APELLIDO</b>
01928574R	CARLOS	RIVERO	RODRÍGUEZ
<b>DOMICILIO</b>	<b>CÓDIGO POSTAL</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>MUNICIPIO</b>
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; Campus de somosaguas	28223	Madrid	Pozuelo de Alarcón
<b>EMAIL</b>	<b>MÓVIL</b>	<b>FAX</b>	<b>CARGO</b>
decanato@ccee.ucm.es	913942593	913942423	Decano

### 11.2 REPRESENTANTE LEGAL

<b>NIF</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PRIMER APELLIDO</b>	<b>SEGUNDO APELLIDO</b>
51362468H	VICTOR	BRIONES	DIESTE
<b>DOMICILIO</b>	<b>CÓDIGO POSTAL</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>MUNICIPIO</b>
Rectorado, Avenida de Séneca, 2	28040	Madrid	Madrid
<b>EMAIL</b>	<b>MÓVIL</b>	<b>FAX</b>	<b>CARGO</b>
sec.estudios@ucm.es	913941878	913941440	Vicerrector de Estudios

El Rector de la Universidad no es el Representante Legal

Ver Apartado 11: Anexo 1.

### 11.3 SOLICITANTE

El responsable del título no es el solicitante

<b>NIF</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PRIMER APELLIDO</b>	<b>SEGUNDO APELLIDO</b>
51362468H	VICTOR	BRIONES	DIESTE
<b>DOMICILIO</b>	<b>CÓDIGO POSTAL</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>MUNICIPIO</b>
Rectorado, Avenida de Séneca, 2	28040	Madrid	Madrid
<b>EMAIL</b>	<b>MÓVIL</b>	<b>FAX</b>	<b>CARGO</b>
sec.estudios@ucm.es	913941878	913941440	Vicerrector de Estudios



## Apartado 2: Anexo 1

Nombre :2 Justificacion\_mayo 2020.pdf

HASH SHA1 :41994475177AF44B10574DE455D93BD8F3DFD3C4

Código CSV :379042942417765124650536

Ver Fichero: 2 Justificacion\_mayo 2020.pdf



## Apartado 4: Anexo 1

Nombre :4.1. Sistemas de información previo.pdf

HASH SHA1 :A845FE1280FF708CC1A3E987BF94B72F12F9A803

Código CSV :379013506785688239186139

Ver Fichero: 4.1. Sistemas de información previo.pdf



## Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5.1. Descripción del plan de estudios mayo 2020.pdf

**HASH SHA1 :**2B6FFB8DA7BFA0D07F4A2DA2EA5FD303E37ADCFC

**Código CSV :**379013516844387114983960

Ver Fichero: 5.1. Descripción del plan de estudios mayo 2020.pdf



## Apartado 6: Anexo 1

Nombre :MUIDEMyC v2 (Profesorado).pdf

HASH SHA1 :B6F4B36919AA913CE8107A67DE9D0E804E284893

Código CSV :47523544393745372898877

Ver Fichero: MUIDEMyC v2 (Profesorado).pdf



## Apartado 6: Anexo 2

Nombre :otros recursos humanos.pdf

HASH SHA1 :513B9BC4FB016FB02E5CE7A0C2815BE4FCE71C35

Código CSV :193761168944753370460509

Ver Fichero: otros recursos humanos.pdf



## Apartado 7: Anexo 1

Nombre :Recursos materiales.pdf

HASH SHA1 :147A6B707794F36CFFF5B269146AD673E7A4EDE5

Código CSV :174565866515394030186328

Ver Fichero: Recursos materiales.pdf



## Apartado 8: Anexo 1

Nombre :Resultados previstos.pdf

HASH SHA1 :BCE9806D7931E9D403847CD7E10FDA7E1A2036D9

Código CSV :174565871137835461710167

Ver Fichero: Resultados previstos.pdf



## Apartado 10: Anexo 1

Nombre :Cronograma implantacion.pdf

HASH SHA1 :A2D31CE0C44C881B5CFFF7F73BC0175597ABEC76

Código CSV :174565885654033638041710

Ver Fichero: Cronograma implantacion.pdf



## Apartado 11: Anexo 1

Nombre :Decreto de competencias 19.6.2019.PDF

HASH SHA1 :9C2A6B353C00F3E92A5660CEE0C796796AAC8624

Código CSV :373781506756160752163391

Ver Fichero: Decreto de competencias 19.6.2019.PDF





GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE EDUCACIÓN, CULTURA  
Y DEPORTE

Identificador : 4313008

