



ACTA DE LA REUNIÓN ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE CALIDAD DEL CENTRO, CELEBRADA EL 11 DE JULIO DE 2024

En Granada, siendo las 10:30 del día 11 de julio de 2024, bajo la presidencia de la vicedecana de Calidad e Innovación Docente y previamente convocado en tiempo y forma, se reúne, en segunda convocatoria, la Comisión de Calidad del Centro (CCC), en sesión ordinaria 30, mediante videoconferencia, con la asistencia de los miembros que se indican en el **Anexo 1** y habiendo excusado su asistencia el decano, José Alberto Castañeda García, y la coordinadora de doubles Grados con Administración y Dirección de Empresas y de la Estrategia de Comunicación, Vera Ferrón Vílchez.

ORDEN DEL DÍA:

1. Aprobación, si procede, del acta anterior.
2. Informe de la vicedecana de Calidad e Innovación Docente.
3. Aprobación, si procede, del aval a las solicitudes presentadas para la RESOLUCIÓN EXTRAORDINARIA CONVOCATORIA PID 2024 PLAN ACADEMIA.
4. Aprobación, si procede, del informe positivo de aval a las solicitudes presentadas para la I Convocatoria de equipos docentes para la formación inicial del profesorado y equipos docentes de formación continua (FEDO) Curso 2024/2025.
5. Análisis de la información difundida y Rendición de Cuentas, seguimiento del plan de comunicación.
6. Otros asuntos de trámite.
7. Ruegos y preguntas.

1. Aprobación, si procede, del acta anterior

Se somete a aprobación el acta de la sesión ordinaria de 22 de mayo de 2024. No habiendo ninguna apreciación en contrario, se aprueba por asentimiento.

2. Informe de la vicedecana de Calidad e Innovación Docente.

La vicedecana de Calidad e Innovación Docente comienza su informe por el área de calidad. El 23 de mayo de 2024 se recibió la visita externa virtual para la Certificación del Sistema de Garantía de la Calidad (SGC) implantado en el Centro correspondiente a la convocatoria de abril 2023. La vicedecana resume los resultados presentados en el Informe Oral de la visita. Como puntos fuertes destaca el adecuado desarrollo de las audiencias, la alta implicación de los responsables del sistema de calidad y el espacio de calidad en la web con gran cantidad de información y actas. En cuanto a puntos débiles, se mencionan que no se han tenido acceso a evidencias (oportuno ofrecer un documento resumen con

ellas), mucho dominio/centralización del SGC del Centro en la Unidad de Calidad, Innovación y Prospectiva (UCIP) de la UGR, las reuniones conjuntas de la Comisión de la Garantía Interna de la Calidad de Títulos (CGICT) solapan las funciones de la Comisión de la Calidad del Centro (CCC), deben de incluirse empleadores en la CCC, y no se observa un cierre en el ciclo de mejora. Aun no se ha recibido informe escrito de la correspondiente visita.

Continuando con el área de calidad, informa de los resultados de la Olimpiada de Economía en los que Eva Gómez Algarra obtuvo el premio al 7º lugar entre 132 participantes de toda España y primer premio a la alumna mejor posicionada, otorgado por el Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. También ocupó la segunda posición en la fase local de Granada.

Por el área de innovación docente, informa que algunas convocatorias se encuentran abiertas por parte de la UCIP-Plan AcademiaUGR desde el 23 de mayo, cuyas solicitudes requieren el aval de la CCC de la FCCEE. Las condiciones de que el informe sea favorable es que exista cierto grado de alineamiento y basado en criterios estrictamente académicos, expresando la relevancia para el centro de las actividades de formación para su profesorado propuestas y su alineación con el Plan Director 2024-2026 o el Plan de Mejora del Centro. Las dos convocatorias abiertas son: I Plan de Formación e Innovación Docente de la Universidad de Granada 2024-2029, RESOLUCIÓN EXTRAORDINARIA PID y I CONVOCATORIA DE EQUIPOS DOCENTES DE FORMACIÓN (FEDO) 2024; las cuales se analizarán en los siguientes puntos del orden del día.

3. Aprobación, si procede, del aval a las solicitudes presentadas para la RESOLUCIÓN EXTRAORDINARIA CONVOCATORIA PID 2024 PLAN ACADEMIA.

A continuación, la vicedecana informa de que se ha recibido una solicitud de proyecto de innovación y buenas prácticas docentes. Recuerda que, según se establece en el segundo punto de la resolución extraordinaria de la convocatoria, para aquellos coordinadores de un proyecto avanzado o coordinado en fase de ejecución en la anterior convocatoria FIDO 2022/23 durante el periodo de solicitud de la nueva convocatoria del Plan AcademiaUGR en 2024 (marzo de 2024), y que ha finalizado a todos los efectos administrativos y de gestión, de forma previa a la presentación de esta nueva solicitud. A continuación, presenta el Anexo I de la solicitud (**Anexo 2**) donde se muestra la justificación del PID y su elevada vinculación con el plan de mejora y con el plan director del Centro, el cual se presentó en plazo y forma ante la CCC (enviado adjunto en la convocatoria de la sesión).

Se somete a aprobación el aval a la solicitud presentada para la RESOLUCIÓN EXTRAORDINARIA CONVOCATORIA PID 2024 PLAN ACADEMIA. No habiendo ninguna apreciación en contrario, se aprueba por asentimiento.

4. Aprobación, si procede, del informe positivo de aval a las solicitudes presentadas para la I Convocatoria de equipos docentes para la formación inicial del profesorado y equipos docentes de formación continua (FEDO) Curso 2024/2025.

La vicedecana informa de que se ha recibido una solicitud de equipo de formación docente y presenta el Anexo 2 de la solicitud (**Anexo 3**), que especifica el grado de alineación con el Plan Director o el Plan de Mejora del centro de la propuesta, y la justificación académica para poder presentar un informe favorable motivado. Comenta que se presenta en plazo y forma ante la CCC y que existe una alta vinculación con los objetivos estratégicos y acciones de mejora de la Facultad.

Se somete a aprobación el informe positivo de aval a la solicitud presentada para la I Convocatoria de equipos docentes para la formación inicial del profesorado y equipos docentes de formación continua (FEDO) Curso 2024/2025. No habiendo ninguna apreciación en contrario, se aprueba por asentimiento.

5. Análisis de la información difundida y Rendición de Cuentas, seguimiento del plan de comunicación.

La vicedecana recuerda que es el momento de analizar la información difundida y la rendición de cuentas en base a lo que se establece en el calendario de reuniones de la CCC vigente. Este análisis consta de dos partes: por un lado, se confirma que toda la información está actualizada, pública y disponible en la Web del Centro, y por otro lado, se realiza el seguimiento y revisión del Plan de Comunicación (**Anexos 4 y 5**) cuyo documentos se presentan a continuación (enviados adjuntos en la convocatoria de la sesión). Destaca que este plan de comunicación es una herramienta importante del SGC y, en relación a ésta, se concretó una acción de mejora en 2023 motivada por una recomendación de mejora (RM01) resultante de la auditoría interna realizada al SGC del Centro.

En cuanto a la sistemática de revisión y seguimiento anual del plan de comunicación, la vicedecana resume las principales modificaciones del curso 2023/2024, que son: i) se sugiere mantener destinatarios en ambas tablas, ii) actualizar contenidos informativos (1ª columna) en ambas tablas, iii) actualizar los responsables directos de la difusión (incorporar Comunicación Institucional), y iv) actualizar los medios de comunicación que se usan en la FCCEE, incorporando Boletín Informativo y Pantallas de TV.

Se analizan y discuten las modificaciones propuestas en ambos documentos. La vicedecana informa de que tanto el decano como la coordinadora de la Estrategia de Comunicación han participado en la elaboración de los documentos y cuentan con su visto bueno. Se somete a aprobación el Plan de Comunicación de la FCCEE revisado a Julio 2024 (**Anexo 5**) para presentarlo a ratificación por parte de la Junta de Facultad. No habiendo ninguna apreciación en contrario, se aprueban por asentimiento.

En relación con la acción de mejora SGC-P08-018960 en la cual se debe evaluar la eficacia y el impacto del plan de comunicación, la vicedecana recuerda lo acordado en julio del 2023 en la CCC al respecto. Explica que para evaluar la eficacia y el impacto del plan de comunicación se han puesto en marcha algunos de los mecanismos de difusión (PRADO, Linkedin, RRSS, webs, etc.) y se debe hacer un seguimiento a los indicadores resultantes de los mismos:

1. Creación de un “espacio institucional de Facultad” en PRADO para evaluar el impacto de la información que llega a los estudiantes.

2. Uso de los espacios desde la coordinación de los distintos títulos en PRADO para circular informaciones generales de la Facultad (analítica de la estadística de uso).
3. Elaborar “píldoras” destacando la información relevante, tratando de hacerla más atractiva, usar podcasts y publicar en las páginas webs de los títulos (analítica de la estadística de uso).
4. Adaptar la información publicada para diferentes medios de comunicación (incluyendo podcasts): webs, pantallas TV, Boletín informativo FCCEE, etc (analítica de la estadística de uso y/o satisfacción).

Tras analizar y discutir los indicadores, se asignan grupos de trabajo para su seguimiento. La vicedecana será la responsable de contactar con CEPRUD para consultar las cuestiones relacionadas con el primer y segundo indicador; mientras que la coordinadora del Marketing e Investigación de Mercados será responsable de gestionar las tareas relacionadas con la estadística resultante del tercer indicador. La responsable de la Estrategia de Comunicación Institucional se encargará de coordinar el contenido de las píldoras a elaborar en este indicador y la responsable del cuarto indicador.

6. Otros asuntos de trámite.

La vicedecana informa de que el profesor José Luis Zafra está muy interesado en coordinar un equipo docente. Ha solicitado una ampliación del plazo de envío de solicitudes a la UCIP con el fin de presentar una propuesta, por lo que, si se acepta la petición, se deberá convocar una nueva sesión de CCC para aprobar, si procede, el aval correspondiente.

7. Ruegos y preguntas.

No hay ruegos ni preguntas.

Tras el debate de los puntos del orden del día, se adoptan los siguientes **ACUERDOS**:

1. Se aprueba por asentimiento el acta de la sesión ordinaria de 22 de mayo de 2024.
2. Se aprueba por asentimiento el aval a las solicitudes presentadas para la RESOLUCIÓN EXTRAORDINARIA CONVOCATORIA PID 2024 PLAN ACADEMIA.
3. Se aprueba por asentimiento el informe positivo de aval a las solicitudes presentadas para la I Convocatoria de equipos docentes para la formación inicial del profesorado y equipos docentes de formación continua (FEDO) Curso 2024/2025.
4. Se aprueba por asentimiento el Plan de Comunicación de la FCCEE revisado a Julio 2024 para su aprobación ante la Junta de Facultad.

No habiendo más asuntos que tratar, la vicedecana levantó la sesión, siendo las 11:17 del día arriba indicado.



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



Vº Bº

La vicedecana de Calidad e Innovación Docente,

El secretario,

Betty Agnani

Pablo José Moya Fernández



ANEXO 1. RELACIÓN DE MIEMBROS ASISTENTES:

1. Agnani, Betty, vicedecana de Calidad e Innovación Docente.
2. Alcaide Muñoz, Laura, vicedecana de Internacionalización.
3. Braojos Gómez, Jérica, coordinadora del Grado en Administración y Dirección de Empresas.
4. Carreón Noguera, Fernando, administrador.
5. Franco Pastor, Adrián, sector estudiantado.
6. Justicia Jiménez, Ana María Carolina, coordinadora del Grado en Finanzas y Contabilidad.
7. López Moreno, Lorenza, coordinadora del Grado en Turismo y el Doble Grado en Turismo y Traducción e Interpretación.
8. Moya Fernández, Pablo José, secretario.
9. Prados Peña, María Belén, coordinadora del Grado en Marketing e Investigación de Mercados.
10. Solano García, Ángel, coordinador del Grado en Economía y Economía Bilingüe.



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES

ANEXO 2. SOLICITUDES PRESENTADAS EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES DE LA CONVOCATORIA DE PID 2024 PLAN ACADEMIA.

ANEXO I

CONVOCATORIA DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN Y BUENAS PRÁCTICAS DOCENTES

Solicitud de proyectos de innovación y buenas prácticas docentes

Cumplimente la totalidad de este anexo y adjúntelo en la aplicación informática en su apartado correspondiente y formato PDF.

A. Datos generales del proyecto de innovación y buenas prácticas docentes			
Título	(1) Creación de un Producto Digital Interactivo para Motivar al Alumnado y Fomentar la Docencia Práctica Coordinada		
Coordinación	(2): Apellidos, Nombre	SABIOTE ORTIZ CARMEN MARÍA	
	DNI		
	(3): Departamento	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	
	(4): Email	csabiote@ugr.es	
	(5): Teléfonos		
Coordinación	(2): Apellidos, Nombre	RODRÍGUEZ MOLINA, MIGUEL ÁNGEL	
	DNI		
	(3): Departamento	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	
	(4): Email	rmolina@ugr.es	
	(5): Teléfonos		
Tipología	(6): Tipología de proyecto de innovación		Tipo A
			Tipo B
			Tipo C
	(7): Línea de innovación a la que corresponde.		Línea 6. Transformación digital y virtualización de la docencia
Participantes en el proyecto (además del coordinador) (duplicar tantas veces como sea necesario)	1	(2): Apellidos, Nombre	FRIAS JAMILENA, DOLORES M.
		DNI	
		(3): Departamento	
		(4): Email/teléfono	
	2	(2): Apellidos, Nombre	CASTAÑEDA GARCÍA, JOSÉ ALBERTO
		DNI	
		(3): Departamento	
		(4): Email/teléfono	
	3	(2): Apellidos, Nombre	FUENTES MORENO, FRANCISCA
		DNI	
		(3): Departamento	
		(4): Email/teléfono	
	4	(2): Apellidos, Nombre	POLO PEÑA, ANA ISABEL
		DNI	
		(3): Departamento	
		(4): Email/teléfono	
	5	(2): Apellidos, Nombre	PECO TORRES, FRANCISCO
		DNI	
		(3): Departamento	
		(4): Email/teléfono	
B. Experiencia del grupo en la materia o ámbito de innovación y buenas prácticas docentes			
Docencia relativa al tema de innovación (8):			
Asignatura: Desarrollo de nuevos productos			
Asignatura: Marketing Cultural y Turístico			
Asignatura: Marketing Hotelero y de Restauración			
Asignatura: Investigación de Mercados I y III			
Para un mayor detalle de la vinculación de estas asignaturas con el proyecto solicitado véase el apartado de Metodología General y Plan de Trabajo (19)			
Cursos, congresos, jornadas o simposios recibidos (9):			
Profesor/a 1:			
Aportación 1: Seminario "I Jornadas Docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales". – Entidad organizadora. Universidad de Granada. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. - Objetivos. Presentar los			

resultados de actividades docentes y proyectos de innovación docente realizados en distintas Universidades de España. Se pretende plantear un debate tanto sobre las actividades y proyectos presentados como sobre los resultados obtenidos. - Perfil de los destinatarios. Profesores de la Facultad de CC. EE. y Empresariales de la Universidad de Granada. - Participación. Asistente. - Lugar de celebración. Universidad de Granada. - Fecha de celebración: 15 y 16 de junio de 2011.

Aportación 2: Seminario "III Jornadas de la Titulación en Investigación y Técnicas de Mercado". – Entidad organizadora. Universidad Pontificia de Comillas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. - Objetivos. Deliberar sobre la formación actual que reciben los futuros profesionales de la Investigación de Mercados y el Marketing. Confrontar las necesidades de las empresas con la oferta actual de la Universidad. Detectar fortalezas y debilidades. Trabajar conjuntamente en el diseño de perfiles profesionales y competencias necesarias para trabajar en Marketing. Reflexionar sobre el futuro de la Titulación y realizar propuestas. - Perfil de los destinatarios. Coordinadores- Responsables de la Titulación, Alumnos y Antiguos alumnos, Profesionales-Directivos del sector, Asociaciones profesionales y profesores de marketing. - Participación. Asistente. - Lugar de celebración. Universidad Pontificia de Comillas. Madrid. - Fecha de celebración: 21 de septiembre de 2005.

Profesor/a 2:

Aportación 1: “Aplicación práctica de un sistema de entrevista asistida por ordenador (CAPI) en la enseñanza de investigación de marketing”, - Fecha: 04/02/2004 hasta: 07/02/2004, - Perfil de los asistentes: Profesores. - Lugar de celebración: Las Azores (Portugal). - Título del congreso: XIV Jornadas Luso-Españolas de Gestión Científica.

Aportación 2: “La utilización de un sistema de entrevistas móviles asistidas por ordenadores de mano (Hapi) como propuesta metodológica en la enseñanza de investigación de mercados”, - Fecha: 01/02/2006 hasta: 03/02/2006, - Perfil de los asistentes: Profesores. - Lugar de celebración: Évora (Portugal). - Título del congreso: XVI Jornadas Luso-Españolas de Gestión Científica

Profesor 3:

Aportación 1: Seminario "III Jornadas de la Titulación en Investigación y Técnicas de Mercado". – Entidad organizadora. Universidad Pontificia de Comillas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. - Objetivos. Deliberar sobre la formación actual que reciben los futuros profesionales de la Investigación de Mercados y el Marketing. Confrontar las necesidades de las empresas con la oferta actual de la Universidad. Detectar fortalezas y debilidades. Trabajar conjuntamente en el diseño de perfiles profesionales y competencias necesarias para trabajar en Marketing. Reflexionar sobre el futuro de la Titulación y realizar propuestas. - Perfil de los destinatarios. Coordinadores-Responsables de la Titulación, Alumnos y Antiguos alumnos, Profesionales-Directivos del sector, Asociaciones profesionales y profesores de marketing. - Participación. Asistente. - Lugar de celebración. Universidad Pontificia de Comillas. Madrid. - Fecha de celebración. 21 de septiembre de 2005.

Aportación 2: I Jornadas Docentes de la Facultad de CCEE y Empresariales – Entidad organizadora. Facultad de CCEE y Empresariales. Universidad de Granada. - Objetivos. Poner en común las actuaciones docentes innovadores en la FCCEE y servir de difusión de nuevas tecnologías de apoyo a la docencia. - Perfil de los destinatarios. Profesores - Participación. Ponente. - Título de la Ponencia: Aprendizaje colaborativo con Wiki - Lugar de celebración. FCCEE Universidad de Granada. - Fecha de celebración. 15 y 16 de junio de 2011 - Autores: Fuentes Moreno, F. y Polo Peña, A.I. - Editorial: Universidad de Granada

Aportación 3: Curso “Cómo publicar en revistas de impacto”. - Lugar: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 16 de enero de 2012, con una duración de 2 horas.

Aportación 4: Jornadas de formación: “I Jornadas de Orientación y Tutoría Universitaria”. - Perfil de los destinatarios: Profesores de la Universidad de Granada. - Lugar de celebración: Universidad de Granada. Facultad de Ciencias de la Educación. - Fecha de celebración: 14 y 15 de abril de 2011.

Aportación 5: Jornadas Andaluzas de Formación Inicial del Profesorado Universitario. El Papel de los Mentores. - Número de horas: 10 horas. - Perfil de los destinatarios: Profesores de la Universidad de Granada. - Lugar de celebración: Universidad de Granada. Facultad de Filosofía. - Fecha de celebración: 9 de julio de 2010.

Aportación 6: “IV Jornadas de innovación docente”, - Fecha: 16/05/2011 hasta: 19/05/2011, - Perfil de los asistentes: Profesores de la Universidad de Granada. - Lugar de celebración: Universidad de Granada. - Entidad organizadora: Unidad de Innovación Docente de la Universidad de Granada.

Aportación 7: Curso “Competencias Tecnológicas para el PDI en UGR (2ª edición)”. Lugar Edificio Mecenas. Universidad de Granada. Perfil de los asistentes: Profesores de la Universidad de Granada. - Lugar de celebración: Universidad de Granada. - Entidad organizadora Unidad de Calidad, Innovación Docente y Prospectiva. Del 26/03/2019 al 10/04/2019. Duración 22 horas.

Aportación 8: Curso “VIII Convocatoria para la realización de actividades de formación docente en centros, titulaciones y

departamentos. Fase 1. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Granada. Del 10/12/2018 al 14/12/2018. Duración 30horas.

Aportación 9: Curso "Evaluación de los aprendizajes universitarios". Perfil de los asistentes: Profesores de la Universidad de Granada. - Lugar de celebración: Universidad de Granada. - Entidad organizadora: Unidad de Calidad, Innovación Docente y Prospectiva. Del 14/5/18 al 18/6/18. Duración 20 horas.

Profesora 4:

Aportación 1: Cuartas Jornadas de Innovación Docente. - Entidad organizadora: Unidad de Innovación Docente, Vicerrectorado para la Calidad de la Universidad de Granada. - Fecha: del 16/05/2011 al 19/05/2011.

Aportación 2: I Jornadas Docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. - Entidad organizadora: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Universidad de Granada). - Duración: 12 horas - Fecha: del 15/06/2011 al 16/06/2011.

Aportación 3: Jornadas de Orientación sobre el Prácticum y el TFM del Máster Universitario de educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas. - Entidad organizadora: Escuela de Posgrado – Vicerrectorado de Enseñanza de Grado y Posgrado de la Universidad de Granada. - Duración: 10 horas. - Fecha: 28/06/2011.

Aportación 4: I Jornadas docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. - Entidad organizadora: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Universidad de Granada). - Duración: Desde: 15/06/2011 Hasta: 16/06/2011 Nº de Horas: 12. - Lugar de celebración: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Aportación 5: Congreso: Congreso Internacional en Innovación Docente, documentación y Tecnología de la Educación: Cambios en Tecnología e Innovación. - Entidad organizadora: Universitat Politècnica de València. - Duración: 06/05/2013 y 07/05/2013. - Lugar de celebración: Universitat Politècnica de València.

Aportación 6: Curso: Análisis Bibliométrico con SCIMAT. - Entidad organizadora: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales en colaboración con la Unidad de Excelencia "Investigaciones Avanzadas en Economía y Empresa". - Duración: 6 horas, 17/06/2021.

Profesor 5:

Aportación 1: II Jornadas de iniciación a la docencia universitaria para contratados predoctorales FPU y FPI. – Entidad organizadora. Unidad de Calidad, Innovación y Prospectiva de la Universidad de Granada - Objetivos. Informar, orientar, asesorar y formar en aspectos relacionados con la docencia a contratados FPU y FPI. - Perfil de los destinatarios. Contratados FPU y FPI de la Universidad de Granada. - Participación. Asistente. - Lugar de celebración. Complejo Administrativo Triunfo de la Universidad de Granada. - Fecha de celebración: 25 y 26 de septiembre de 2017.

Aportación 2: Prácticas de alto rendimiento dirigidas a mejorar las competencias docentes. – Entidad organizadora. Universidad de Granada. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. - Objetivos. Formación del personal docente de la Universidad de Granada en aspectos como programación neurolingüística, coaching, liderazgo y motivación en clase, etc. - Perfil de los destinatarios. Personal docente de la Universidad de Granada. - Participación. Asistente. - Lugar de celebración. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada. - Fecha de celebración: noviembre de 2017 a junio de 2018.

Aportación 3: Annual Learning and Teaching Conference. – Entidad organizadora. Universidad de Brighton. - Objetivos. Conocer los últimos avances tanto en investigaciones como en nuevas técnicas para facilitar el aprendizaje y el intercambio de ideas entre alumnos y profesores. - Perfil de los destinatarios. Personal docente y alumnos de universidades británicas. - Participación. Asistente. - Lugar de celebración. Falmer Campus (Universidad de Brighton). - Fecha de celebración: 12 de julio de 2019.

Aportación 4: Curso de e-learning y pedagogías emergentes para una universidad confinada – Entidad organizadora. Escuela Internacional de Posgrado de la Universidad de Granada. - Objetivos. Formar al personal docente de la Universidad de Granada en metodologías online para la docencia no presencial. - Perfil de los destinatarios. Personal docente de la Universidad de Granada. - Participación. Asistente. - Lugar de celebración. Curso Online - Fecha de celebración: 25 de marzo de 2020.

Cursos, congresos, jornadas o simposios impartidos (10):

Profesor 3:

Aportación 1: Presentación en "VI Congreso Internacional de Casos Docentes en Marketing Público y No Lucrativo". - Título del Trabajo Presentado: "Ecologismo y Etiquetado: La Distribuidora Alieco S.L." - Entidad organizadora. Asociación Internacional de Marketing Público y No Lucrativo. - Objetivos: Congreso que incluye sesiones plenarias en las que se exponen casos docentes desarrollados por alumnos y que han sido tutorizados por profesores de universidad. El ámbito de aplicación es el Marketing Público y No Lucrativo. - Perfil de los destinatarios. Alumnos y Profesores Universitarios del área de Marketing. - Lugar de celebración. Oporto. - Fecha de celebración: 19 de diciembre de 2014.

Aportación 2: Presentación como ponente en las Jornadas Virtuales de Puertas Abiertas de la UGR celebrado los días 8, 9 y 10

de junio. Entidad Organizadora: Unidad de Orientación Académica y Acceso a la Universidad. Objetivos: Orientar académicamente a los alumnos de nuevo ingreso de los grados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada.

Aportación 3: Presentación como ponente en IV Salón Estudiantil de la Universidad de Granada, celebrado los días 18, 19 y 20 de abril de 2019. Entidad Organizadora: Unidad de Orientación Académica y Acceso a la Universidad. Objetivos: Orientar académicamente a los alumnos de nuevo ingreso de los grados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada.

Aportación 4: Presentación como ponente en III Salón Estudiantil de la Universidad de Granada, celebrado los días 3, 4 y 5 de abril de 2018. Entidad Organizadora: Unidad de Orientación Académica y Acceso a la Universidad. Objetivos: Orientar académicamente a los alumnos de nuevo ingreso de los grados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada.

Aportación 5: Presentación como ponente en II Salón Estudiantil de la Universidad de Granada, celebrado los días 28, 29 y 30 de marzo de 2017. Entidad Organizadora: Unidad de Orientación Académica y Acceso a la Universidad. Objetivos: Orientar académicamente a los alumnos de nuevo ingreso de los grados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada.

Aportación 6: Presentación como ponente en I Salón Estudiantil de la Universidad de Granada, celebrado los días 5, 6 y 7 de abril de 2016. Entidad Organizadora: Vicerrectorado de Estudiantes y Empleabilidad. Objetivos: Orientar académicamente a los alumnos de nuevo ingreso de los grados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada.

Aportación 7: Ponente en el Taller “La docencia universitaria en Marketing en el EEES” - Título del taller: “La docencia universitaria en Marketing en el EEES” - Entidad organizadora. Asociación Española de Marketing Académico y Profesional AEMARK. - Número de horas: día 15 de febrero de 2008 - Objetivos. Deliberar sobre la formación actual que reciben los futuros profesionales de la Investigación de Mercados y el Marketing. Confrontar las necesidades de las empresas con la oferta actual de la Universidad. Detectar fortalezas y debilidades. Trabajar conjuntamente en el diseño de perfiles profesionales y competencias necesarias para trabajar en Marketing. Reflexionar sobre el futuro del Grado en Marketing y realizar propuestas. - Perfil de los destinatarios. Coordinadores-Responsables de la Titulación, Alumnos y Antiguos alumnos, Profesionales-Directivos del sector, Asociaciones profesionales y profesores de marketing. - Lugar de celebración. Universidad Pontificia de Comillas ICADE. Madrid. - Fecha de celebración. 15 de febrero de 2008.

Aportación 8: Ponente en el Seminario "II Jornadas de la Titulación en Investigación y Técnicas de Mercado". - Entidad organizadora. Universidad de Valencia. Facultad de Economía. - Número de horas. 8 y 9 de Julio de 2004. - Objetivos. Contribuir a la formación y al debate de estudiantes, docentes y profesionales en el ámbito de la investigación de mercados y del marketing. Asimismo, se pretende analizar la adecuación teórico-práctica de la formación en Investigación de Mercados, la situación del sector de investigación de mercados y discusión sobre el futuro de la titulación ante el nuevo Espacio Europeo de Enseñanza Superior. - Perfil de los destinatarios. Coordinadores-Responsables de la Titulación, Alumnos y Antiguos alumnos, Profesionales-Directivos del sector, Asociaciones profesionales y profesores de marketing. - Lugar de celebración. Valencia. - Fecha de celebración. 8 y 9 de Julio de 2004

Profesora 4:

Aportación 1: Denominación: Coordinadora del curso: “Diploma en Herramientas para Ejercer de Formador de Mentores y Formador de Mediadores en el Contexto Docente (1ª Edición)”. - Entidad organizadora: Escuela Internacional de Posgrado. - Lugar: Aulario de la Escuela Internacional de Posgrado de la Universidad de Granada. - Duración: 38 horas. - Fecha: desde 14/01/2020 al 07/02/2020.

- *Aportación 2:* Denominación: Docente en el curso: “Diploma en Herramientas para Ejercer de Formador de Mentores y Formador de Mediadores en el Contexto Docente (1ª Edición)”. - Entidad organizadora: Escuela Internacional de Posgrado. - Lugar: Aulario de la Escuela Internacional de Posgrado de la Universidad de Granada. - Duración: 8 horas. - Fecha: desde 14/01/2020 al 07/02/2020.

Aportación 3: Denominación: Docente del curso: “Masificación Turística: de un Turismo de Masas hacia Nuevos Formatos para El Sector”. - Entidad organizadora: Plan de Formación Continua de la Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP). - Modalidad Online. - Duración: 1,15 horas. - Fecha: 02/02/2021.

Aportación 4: Denominación: Coordinadora del curso: “Desarrollo Del Turismo Con La Creación De Experiencias Turísticas Apoyadas En Tecnologías 4.0”. - Entidad organizadora: Centro Mediterráneo (Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la Universidad de Granada). - Modalidad Online. - Duración: 75 horas. - Fecha: desde 2/11/2021 al 9/11/2021.

Aportación 5: Denominación: Docente en el curso: “Desarrollo Del Turismo Con La Creación De Experiencias Turísticas Apoyadas En Tecnologías 4.0”. - Entidad organizadora: Centro Mediterráneo (Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la Universidad de Granada). - Modalidad Online. - Duración: 2 horas. - Fecha: 4/11/2021.

Aportación 6: Denominación: Coordinadora del curso: “Marketing Digital para el Sector Turístico: de la Business Intelligent a la Experiencia De Marca”. - Entidad organizadora: Centro Mediterráneo (Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la Universidad de Granada). – Modalidad Online. - Duración: 75 horas. - Fecha: desde 26/11/2021 al 2/12/2021.

Aportación 7: Denominación: Docente del curso: “Marketing Digital para el Sector Turístico: de la Business Intelligent a la Experiencia De Marca”. - Entidad organizadora: Centro Mediterráneo (Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la Universidad de Granada). – Modalidad Online. - Duración: 2 horas. - Fecha: 29/11/2021.

Elaboración de material docente y didáctico (11):

A continuación, se detalla de forma conjunta CINCO APORTACIONES de los miembros del equipo de elaboración de material docente y didáctico:

Aportación 1:

-Autor/es: Carmen M. Sabiote-Ortiz, Julio Vena-Oya, J. Alberto Castañeda-García, Miguel A. Rodríguez-Molina.
-Título del capítulo de libro: Planificación para el desarrollo económico sostenible de Andalucía como destino turístico
-Título del libro: El futuro del turismo en Andalucía
-ISBN: 978-84-1170-151-8
-Editorial: Dykinson
-Año de publicación: 2023
-Páginas: 33-54
-Impacto: SPI (Scholarly Publishers Indicators, 2018): 758.00 (Q1)

Aportación 2:

-Autor/es: Dolores María Frías Jamilena, Ana Isabel Polo Peña, Francisco Peco Torres, Ángel Luis Coves-García.
-Título del capítulo de libro: Estrategias y herramientas de Marketing digital para mejorar la competitividad del sector turístico andaluz.
-Título del libro: El futuro del turismo en Andalucía
-ISBN: 978-84-1170-151-8
-Editorial: Dykinson
-Año de publicación: 2023
-Páginas: 17-32
-Impacto: SPI (Scholarly Publishers Indicators, 2018): 758.00 (Q1)

Aportación 3.

Libro de casos centrado en la promoción sostenible de negocios del sector turístico, publicado con autores internacionales: MOTION Case Studies From Overtourism to Sustainable Tourism; ISBN 978-951-799-675-4;
<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/805823/Laurea%20julkaisut%20210.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Aportación 4.

Castañeda García, J.A., Arias Horcajadas, M.I., Rodríguez Molina, M.A., Montoro Ríos, F. & Fuentes Moreno, F. (2006). La lealtad del consumidor en el mercado electrónico: el caso de Carrefouronline. En Ruiz de Maya, S. & Grande Esteban, I. (coord.). Comportamientos de Compra del Consumidor: 29 Casos Reales. Madrid: Esic., 251-263.

Aportación 5.

Rodríguez Molina, M.A., Polo Peña, A.I., Sabiote Ortiz, C.M., Frías Jamilena, D.M. & Castañeda García, J.A. (2013). La clase social y su influencia en el consumo: ¿Los ricos también lloran? En Ruiz de Maya, S. & Grande Esteban, I. (coord.) *Casos de Comportamiento del Consumidor: Reflexiones para la Dirección de Marketing*. Madrid: Esic, 89-97.

Pertenencia a redes profesionales o redes de trabajo relacionadas con la innovación docente (12):

Coordinadora 1.

Aportación

- Título del proyecto: Máster Erasmus Mundus en InterCultural Leadership In the Digital Era (CLIDE).
- Tipo de proyecto: ERAMUS+KA2
- Entidades participantes: Nicolaus Copernicus University (Polonia), Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (Ucrania), Hassan II University in Casablanca (Marruecos), University of Applied Sciences Upper Austria (Austria) y Universidad de Granada.
- Objetivo del proyecto: creación de un Máster Erasmus Mundus. El objetivo del programa es proporcionar a los estudiantes una formación especializada en competencias digitales y liderazgo intercultural. El programa tendrá una duración de cuatro semestres, llevándose a cabo el primero de ellos en la Universidad de Granada.
- Fecha de inicio: 01/10/2023
- Fecha de fin: 31/12/2024
- Importe financiado: 55.000 euros

Coordinador 2.

Aportación.

Componente del equipo de “prácticas y uso de herramientas digitales para la mejora de las competencias docentes del profesorado que imparten asignaturas en los grados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales”. Dicha actividad

se organiza en el marco de la I Convocatoria de Formación de Equipos Docentes para la Docencia Digital, convocatoria realizada por la Unidad de Calidad, Innovación Docente y Prospectiva de la Universidad de Granada. El periodo en que dicha actividad tuvo lugar fue desde noviembre de 2020 a junio de 2021.

Componente del equipo de “prácticas de alto rendimiento dirigidas a mejorar las competencias docentes (V edición)” en el marco de la X Convocatoria de Equipos docentes de formación inicial del profesorado y equipos docentes de formación continua. Dicha actividad está organizada por la Unidad de Calidad, Innovación Docente y Prospectiva de la Universidad de Granada. El periodo en que dicha actividad tuvo lugar va desde noviembre de 2021 a junio de 2022.

Profesor 1.

Aportación.

Directora de la Cátedra de Gestión Turística, Empleo y Desarrollo de la Junta de Andalucía perteneciente a la red de Cátedras de la Junta de Andalucía.

Profesor 2.

Aportación.

Participación en el Proyecto MOTION.

MOTION: From overtourism to innovation sustainable solutions in the EU.

Referencia: 2020-1-FI01-KA203-066543.

Organismo: Comisión Europea.

Cantidad financiada: 395.767€.

Duración: 01/09/2020 a 31/08/2023.

Tipo de participación: coordinador en la UGR.

Objetivo: Desarrollar soluciones para los principales destinos turísticos que sufren las consecuencias del turismo de masas (por ejemplo, los lugares declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO) para proteger los lugares y su entorno.

MOTION se enmarca en el turismo sostenible en cinco regiones de la UE: Toruń (Polonia), Granada (España), Klaipeda (Lituania), Fehmarn (Alemania) y Rovaniemi (Finlandia). El proyecto aborda los problemas del turismo desmedido, como la masificación, los problemas del turismo con los residentes, la degradación del medio ambiente y el patrimonio, y las experiencias de baja calidad.

Profesor 4.

Aportación.

- Título del proyecto: Sustainable Accessible Future Environments (SAFE)

- Tipo de proyecto: ERAMUS+KA2

- Entidades participantes: University of Ljubjana (Eslovenia), Kiel University of Applied Sciences (Alemania), Laurea University of Applied Sciences (Finlandia), WSG University (Polonia) y Universidad de Granada.

- Objetivo del proyecto: aumentar la conciencia acerca de la accesibilidad y seguridad en los entornos urbanos mediante la colaboración entre las mencionadas universidades y distintos partners asociados (por ejemplo, en el caso de Granada el Ayuntamiento de Granada, la Asociación Granadina Síndrome de Asperger-TEA y la Asociación La Ciudad Accesible).

Como parte del proyecto, se realizan semanas de formación para estudiantes en las distintas universidades participantes, así como workshops. Además, se está trabajando en la creación de una comunidad online con el objetivo de formar a estudiantes, profesores, profesionales y demás interesados en accesibilidad y seguridad en áreas urbanas, y en la elaboración de un handbook y un libro de casos de estudio.

- Fecha de inicio: 01/12/2022

- Fecha de fin: 30/11/2025

- Importe financiado: 400.000 Euros.

Coordinadora del proyecto.

Profesor 5.

Aportación 1:

- Título del proyecto: Sustainable Accessible Future Environments (SAFE)

- Tipo de proyecto: ERAMUS+KA2

- Entidades participantes: University of Ljubjana (Eslovenia), Kiel University of Applied Sciences (Alemania), Laurea University of Applied Sciences (Finlandia), WSG University (Polonia) y Universidad de Granada.

- Objetivo del proyecto: aumentar la conciencia acerca de la accesibilidad y seguridad en los entornos urbanos mediante la colaboración entre las mencionadas universidades y distintos partners asociados (por ejemplo, en el caso de Granada el Ayuntamiento de Granada, la Asociación Granadina Síndrome de Asperger-TEA y la Asociación La Ciudad Accesible).

Como parte del proyecto, se realizan semanas de formación para estudiantes en las distintas universidades participantes, así como workshops. Además, se está trabajando en la creación de una comunidad online con el objetivo de formar a estudiantes, profesores, profesionales y demás interesados en accesibilidad y seguridad en áreas urbanas, y en la elaboración de un handbook y un libro de casos de estudio.

- Fecha de inicio: 01/12/2022

- Fecha de fin: 30/11/2025

- Importe financiado: 400.000 Euros.

Proyectos de innovación docente (13):

Coordinador/a 1:

Aportación 1: Título del Proyecto de Innovación Docente: Desarrollo de un producto digital interactivo dirigido a motivar al alumnado para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es continuar reforzando la motivación del alumnado en el desarrollo de recursos digitales interactivos relacionados con el proceso de aprendizaje en el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. El resultado final ha quedado recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 22-149 - Fecha: 2022-2024. - Estado: Terminado.

Aportación 2: Título del Proyecto de Innovación Docente: 20-108: Desarrollo de recursos digitales interactivos dirigidos a motivar al alumnado en su aprendizaje presencial o virtual en el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado del desarrollo de recursos digitales. El resultado final quedará recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 20-108 - Fecha: 2020-2022. - Estado: Terminado.

Aportación 3: Título del Proyecto de Innovación Docente: 460: Desarrollo de casos prácticos y material audiovisual para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con la empresa. El resultado final quedará recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 460 - Fecha: 2018-2020. - Estado: Terminado.

Aportación 4: Título del Proyecto de Innovación Docente: 15-25: Elaboración de videos didácticos mediante la colaboración con empresarios para el aprendizaje práctico. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con la empresa. El resultado final quedará recogido en la edición de un vídeo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 15-25 - Fecha: 2015. - Estado: Terminado.

Aportación 5: Título del Proyecto de Innovación Docente: Colaboración Universidad y Empresa en la Creación de un Caso Práctico (Video) - Responsabilidad: Participante.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con las empresas y de que su resultado final queda recogido en la edición de un video que recoge el caso práctico tratado. - Código del Proyecto:- Fecha: noviembre de 2013.- Estado: Terminado.

Aportación 6: Título del Proyecto de Innovación Docente: “Creación de materiales multimedia (vídeos): Casos reales de gestión elaborados por los alumnos editados en páginas Web con Wiki”. - Responsabilidad: Participante.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es implicar al alumno en su proceso de aprendizaje, creando su propio material de trabajo (vídeo), e interactuando con la realidad empresarial, a través de la empresa que colabora en el proyecto de innovación docente.- Código del Proyecto: 2012-127. - Fecha: octubre de 2012. - Estado: Terminado.

Aportación 7: Título del Proyecto de Innovación Docente: “Creación de materiales multimedia (vídeos): Casos prácticos elaborados por los alumnos editados en páginas web con Wiki”. - Responsabilidad: Participante.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje a través de la interacción mantenida con la empresa y de su colaboración en la edición de un video que recoge un caso real de gestión.- Código del Proyecto: 2011-296. - Fecha: octubre de 2011. - Estado: Terminado.

Aportación 8: Título del Proyecto de Innovación Docente: Aprendizaje colaborativo con Wiki. - Responsabilidad: Participante.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es proporcionar al alumno la oportunidad de aprender de forma colaborativa con sus compañeros a través de una plataforma en red que permite la creación de un espacio virtual para la discusión y creación conjunta de materiales. - Código del Proyecto: 10-83 - Fecha: noviembre de 2010.- Estado: Terminado.

Coordinador/a 2:

Aportación 1: Título del Proyecto de Innovación Docente: Desarrollo de un producto digital interactivo dirigido a motivar al alumnado para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es continuar reforzando la motivación del alumnado en el desarrollo de recursos digitales interactivos relacionados con el proceso de aprendizaje en el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. El resultado final ha quedado recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 22-149 - Fecha: 2022-2024. - Estado: Terminado.

Aportación 2: Título del Proyecto de Innovación Docente: 20-108: Desarrollo de recursos digitales interactivos dirigidos a motivar al alumnado en su aprendizaje presencial o virtual en el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado del desarrollo de recursos digitales. El resultado final quedará recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 20-108 - Fecha: 2020-2022. -

Estado: Terminado.

Aportación 3: Título del Proyecto de Innovación Docente: 460: Desarrollo de casos prácticos y material audiovisual para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con la empresa. El resultado final quedará recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 460 - Fecha: 2018-2020. - Estado: Terminado.

Aportación 4: Título del Proyecto de Innovación Docente: 15-25: Elaboración de videos didácticos mediante la colaboración con empresarios para el aprendizaje práctico. Responsabilidad: Coordinador.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con la empresa. El resultado final quedará recogido en la edición de un vídeo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 15-25 - Fecha: 2015.- Estado: Terminado.

Aportación 5: Título del Proyecto de Innovación Docente: “Creación de materiales multimedia (vídeos): Casos reales de gestión elaborados por los alumnos editados en páginas Web con Wiki”. - Responsabilidad: Participante.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es implicar al alumno en su proceso de aprendizaje, creando su propio material de trabajo (vídeo), e interactuando con la realidad empresarial, a través de la empresa que colabora en el proyecto de innovación docente.- Código del Proyecto: 2012-127. - Fecha: octubre de 2012. - Estado: Terminado

Aportación 6: Título del Proyecto de Innovación Docente: Colaboración Universidad y Empresa en la Creación de un Caso Práctico (Video) - Responsabilidad: Participante.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con las empresas y de que su resultado final queda recogido en la edición de un video que recoge el caso práctico tratado. - Código del Proyecto:- Fecha: noviembre de 2013.- Estado: Terminado.

Aportación 7. Proyecto ERASMUS+ Acción Clave 2 – Asociaciones Estratégicas, con el título MOTION-froM Overtourism To Innovating sOlutioNs in the EU. Código del proyecto: 2020-1-FI01-KA203-066543; Fecha de inicio: 01/09/2020. Duración: 3 años. Estado: Activo.

Profesor/a 1

Aportación 1: Título del Proyecto de Innovación Docente: Desarrollo de un producto digital interactivo dirigido a motivar al alumnado para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es continuar reforzando la motivación del alumnado en el desarrollo de recursos digitales interactivos relacionados con el proceso de aprendizaje en el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. El resultado final ha quedado recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 22-149 - Fecha: 2022-2024. - Estado: Terminado.

Aportación 2: Título del Proyecto de Innovación Docente: 20-108: Desarrollo de recursos digitales interactivos dirigidos a motivar al alumnado en su aprendizaje presencial o virtual en el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado del desarrollo de recursos digitales. El resultado final quedará recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 20-108 - Fecha: 2020-2022. - Estado: Terminado.

Aportación 3: Título del Proyecto de Innovación Docente: 460: Desarrollo de casos prácticos y material audiovisual para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con la empresa. El resultado final quedará recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 460 - Fecha: 2018-2020. - Estado: Terminado.

Aportación 4: Título del Proyecto de Innovación Docente: 15-25: Elaboración de videos didácticos mediante la colaboración con empresarios para el aprendizaje práctico. Responsabilidad: Coordinador.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con la empresa. El resultado final quedará recogido en la edición de un vídeo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 15-25 - Fecha: 2015.- Estado: Terminado.

Aportación 5: Título del Proyecto de Innovación Docente: Colaboración Universidad y Empresa en la Creación de un Caso Práctico (Video) - Responsabilidad: Participante.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con las empresas y de que su resultado final queda recogido en la edición de un video que recoge el caso práctico tratado. - Código del Proyecto:- Fecha: noviembre de 2013.- Estado: Terminado.

Aportación 6: Título del Proyecto de Innovación Docente: “Creación de materiales multimedia (vídeos): Casos reales de

gestión elaborados por los alumnos editados en páginas Web con Wiki. - Responsabilidad: Coordinadora.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es implicar al alumno en su proceso de aprendizaje, creando su propio material de trabajo (vídeo), e interactuando con la realidad empresarial, a través de la empresa que colabora en el proyecto de innovación docente.- Código del Proyecto: 2012-127 - Fecha: octubre de 2012. - Estado: Terminado.

Aportación 7: Título del Proyecto de Innovación Docente: “Creación de materiales multimedia (vídeos): Casos prácticos elaborados por los alumnos editados en páginas Web con Wiki”. - Responsabilidad: Coordinadora.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje a través de la interacción mantenida con la empresa y su colaboración en la edición de un video que recoge un caso real de gestión.- Código del Proyecto: 2011-296 - Fecha: octubre de 2011. - Estado: Terminado.

Aportación 8: Título del Proyecto de Innovación Docente: “Potenciación del trabajo colectivo mediante la elaboración de trabajos editados en páginas web con Wiki”. - Responsabilidad: Participante.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es proporcionar al alumno la oportunidad de aprender de forma colaborativa con sus compañeros a través de una plataforma en red que permite la creación de un espacio virtual para la discusión y creación conjunta de materiales. - Código del Proyecto: 10-83 - Fecha: noviembre de 2010. - Estado: Terminado.

Aportación 9: Proyecto ERASMUS+ Acción Clave 2 – Asociaciones Estratégicas, con el título MOTION-from Overtourism To Innovating sOlutioNs in the EU. Código del proyecto: 2020-1-FI01-KA203-066543; Fecha de inicio: 01/09/2020. Duración: 3 años. Estado: Activo.

Profesor/a 2:

Aportación 1: Título del Proyecto de Innovación Docente: Desarrollo de un producto digital interactivo dirigido a motivar al alumnado para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es continuar reforzando la motivación del alumnado en el desarrollo de recursos digitales interactivos relacionados con el proceso de aprendizaje en el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. El resultado final ha quedado recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 22-149 - Fecha: 2022-2024. - Estado: Terminado.

Aportación 2: Título del Proyecto de Innovación Docente: 20-108: Desarrollo de recursos digitales interactivos dirigidos a motivar al alumnado en su aprendizaje presencial o virtual en el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado del desarrollo de recursos digitales. El resultado final quedará recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 20-108 - Fecha: 2020-2022. - Estado: Terminado.

Aportación 3: Título del Proyecto de Innovación Docente: 460: Desarrollo de casos prácticos y material audiovisual para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con la empresa. El resultado final quedará recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 460 - Fecha: 2018-2020. - Estado: Terminado.

Aportación 4: Título del Proyecto de Innovación Docente: 15-25: Elaboración de videos didácticos mediante la colaboración con empresarios para el aprendizaje práctico. Responsabilidad: Coordinador.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con la empresa. El resultado final quedará recogido en la edición de un vídeo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 15-25 - Fecha: 2015.- Estado: Terminado.

Aportación 5: Título del Proyecto de Innovación Docente: Aplicación práctica de un sistema de entrevista personal asistida por ordenador (CAPI) en la enseñanza de investigación de marketing. - Responsabilidad: Participante - Objetivos: Introducir innovaciones en la metodología de encuesta a la enseñanza de investigación de mercados. - Fecha: octubre 2001- septiembre 2002 - Estado: Terminado. - Reconocimientos: Mención Honorífica de la Universidad de Granada

Aportación 6: Título del Proyecto de Innovación Docente: Utilización de un sistema de entrevistas móviles asistidas por ordenador de mano (HAPI) en la enseñanza de investigación de mercados. - Responsabilidad: Participante - Objetivos: Introducir innovaciones en la metodología de encuesta a la enseñanza de investigación de mercados. - Fecha: octubre 2003- septiembre 2004 - Estado: Terminado.

Aportación 7: Título del Proyecto de Innovación Docente: Colaboración Universidad y Empresa en la Creación de un Caso Práctico (Video) - Responsabilidad: Participante.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con las empresas y de que su resultado final queda recogido en la edición de un video que recoge el caso práctico tratado. - Código del Proyecto:- Fecha: noviembre de 2013.- Estado: Terminado.

Aportación 8: Aportación 7: Proyecto ERASMUS+ Acción Clave 2 – Asociaciones Estratégicas, con el título MOTION-from

Overtourism To Innovating sOlutioNs in the EU. Código del proyecto: 2020-1-FI01-KA203-066543; Fecha de inicio: 01/09/2020. Duración: 3 años. Estado: Activo.

Profesor 3:

Aportación 1: Título del Proyecto de Innovación Docente: Desarrollo de un producto digital interactivo dirigido a motivar al alumnado para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es continuar reforzando la motivación del alumnado en el desarrollo de recursos digitales interactivos relacionados con el proceso de aprendizaje en el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. El resultado final ha quedado recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 22-149 - Fecha: 2022-2024. - Estado: Terminado.

Aportación 2: Título del Proyecto de Innovación Docente: 20-108: Desarrollo de recursos digitales interactivos dirigidos a motivar al alumnado en su aprendizaje presencial o virtual en el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado del desarrollo de recursos digitales. El resultado final quedará recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 20-108 - Fecha: 2020-2022. - Estado: Terminado.

Aportación 3: Título del Proyecto de Innovación Docente: 460: Desarrollo de casos prácticos y material audiovisual para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con la empresa. El resultado final quedará recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 460 - Fecha: 2018-2020. - Estado: Terminado.

Aportación 4: Título del Proyecto de Innovación Docente: 15-25: Elaboración de videos didácticos mediante la colaboración con empresarios para el aprendizaje práctico. Responsabilidad: Coordinador.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con la empresa. El resultado final quedará recogido en la edición de un video que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 15-25 - Fecha: 2015.- Estado: Terminado.

Aportación 5: Título del Proyecto de Innovación Docente: “Potenciación del trabajo colectivo mediante la elaboración de trabajos editados en páginas Web con Wiki”. - Responsabilidad: Coordinadora.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es proporcionar al alumno la oportunidad de aprender de forma colaborativa con sus compañeros a través de una plataforma en red que permite la creación de un espacio virtual para la discusión y creación conjunta de materiales. - Código del Proyecto: 10-83 - Fecha: noviembre de 2010.- Estado: Terminado.

Aportación 6: Título del Proyecto de Innovación Docente: Aprendizaje colaborativo con Wiki. - Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es proporcionar al alumno la oportunidad de aprender de forma colaborativa con sus compañeros a través de una plataforma en red que permite la creación de un espacio virtual para la discusión y creación conjunta de materiales. - Código del Proyecto: 09-104 - Fecha: noviembre de 2009.- Estado: Terminado.

Aportación 7: Título del Proyecto de Innovación Docente: “Innovación Docente Coordinada (teoría y práctica) de las titulaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales a través de las NTIC”. - Responsabilidad: Participante.- Objetivos. El objetivo general perseguido por este Proyecto de Innovación Docente es poner a disposición del profesorado de la FCCCE una nueva herramienta que facilite su labor docente y la inserción de ésta en la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. A través de la renovación y actualización de la página web de la Facultad.- Código del Proyecto: 05-01-25 - Fecha: 1 de junio de 2007.- Estado: Concluido.

Aportación 8: Título del Proyecto de Innovación Docente: Creación de materiales multimedia (videos): Casos prácticos elaborados por los alumnos editados en páginas web con Wiki”.- Responsabilidad: Participante.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con las empresas y de que su resultado final queda recogido en la edición de un video que recoge el caso práctico tratado. - Código del Proyecto: 11-296.- Fecha: noviembre de 2010.- Estado: Terminado.

Aportación 9: Título del Proyecto de Innovación Docente: Colaboración Universidad y Empresa en la Creación de un Caso Práctico (Video) - Responsabilidad: Participante.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con las empresas y de que su resultado final queda recogido en la edición de un video que recoge el caso práctico tratado. - Código del Proyecto:- Fecha: noviembre de 2013.- Estado: Terminado.

Aportación 10: Título del Proyecto de Innovación Docente:Talleres docentes de emprendedores de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.- Responsabilidad: Participante.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es contribuir al fomento del emprendimiento en la docencia.- Código del Proyecto: 14-20 - Fecha: 1/10/2014 a 01/07/2016.- Estado: Terminado.

Aportación 11: Título del Proyecto de Innovación Docente: Proyecto de innovación competitivo de nivel avanzado “IX y X Talleres de Emprendedores”.- Responsabilidad: Participante.- Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es contribuir al fomento del emprendimiento en la docencia.- Código del Proyecto: PIBD 16/43 - Fecha: 2016/2018.

Profesora 4:

Aportación 1: Título del Proyecto de Innovación Docente: Desarrollo de un producto digital interactivo dirigido a motivar al alumnado para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es continuar reforzando la motivación del alumnado en el desarrollo de recursos digitales interactivos relacionados con el proceso de aprendizaje en el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. El resultado final ha quedado recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 22-149 - Fecha: 2022-2024. - Estado: Terminado.

Aportación 2: Título del proyecto: Aprendizaje colaborativo con wiki. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es proporcionar al alumno la oportunidad de aprender de forma colaborativa con sus compañeros a través de una plataforma en red que permite la creación de un espacio virtual para la discusión y creación conjunta de materiales - Entidad financiadora: Universidad de Granada. - Duración: Desde: 23/11/2009 Hasta: 30/09/2010 N° total de meses: 10. - Coordinadora: Fuentes Moreno, F. - N° de participantes: 4.- - Estado: Terminado.

Aportación 3: Título del proyecto: Potenciación del trabajo colectivo mediante la elaboración de trabajos editados en páginas web con wiki. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es proporcionar al alumno la oportunidad de aprender de forma colaborativa con sus compañeros a través de una plataforma en red que permite la creación de un espacio virtual para la discusión y creación conjunta de materiales - Entidad financiadora: Universidad de Granada. - Duración: Desde: 29/10/2010 Hasta: 30/09/2011 N° total de meses: 11. - Coordinadora: Fuentes Moreno, F. - N° de participantes: 4. -- Estado: Terminado.

Aportación 4: Título del proyecto: Creación de materiales multimedia (videos). Casos prácticos elaborados por los alumnos editados en páginas web con Wiki. - El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje derivado de la interacción mantenida con las empresas y de que su resultado final queda recogido en la edición de un video que recoge el caso práctico tratado. - Entidad financiadora: Universidad de Granada. - Duración: Desde: 27/10/2011 Hasta: 05/10/2012 N° total de meses: 11. - Coordinadora: Frías Jamilena, D. M. - N° de participantes: 4.- Estado: Terminado.

Aportación 5: Título del proyecto: El empleo del método del caso y la Web 2.0 para la elaboración de recursos didácticos. Entidad financiadora: Universidad de Granada. - El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje al interactuar con el entorno profesional a través de la metodología del estudio del caso y el uso de tecnologías que le permiten interactuar. - Duración: Desde: 25/09/2012 Hasta: 04/11/2013 N° total de meses: 12. - Coordinadora: Polo Peña, A. I. - N° de participantes: 4. -- Estado: Terminado.

Aportación 6: Título del proyecto: Enseñanza-aprendizaje en el área de Distribución Comercial. Una propuesta orientada hacia el ámbito empresarial, el trabajo colaborativo, el uso de las TICs y el bilingüismo. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es motivar al alumno en su proceso de aprendizaje al reforzar áreas claves de la formación de los alumnos en relación con el contacto con el ámbito empresarial, el trabajo colaborativo, el uso de nuevas tecnologías y el uso de otros idiomas. -Entidad financiadora: Universidad de Granada. - Duración: Desde: 15/10/2013 Hasta: 23/07/2015 N° total de meses: 21. - Coordinadora: Polo Peña, A. I. - N° de participantes: 9. - Estado: Terminado.

Aportación 7: Título del Proyecto de Innovación Docente: El desarrollo de competencias personales y profesionales con la mentorización. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. Implementar un programa de mentorización para mejorar la calidad de la docencia de diferentes asignaturas del Máster en Profesorado de Enseñanza Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas y también de distintas asignaturas obligatorias y optativas del Grado de Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada. - Código del Proyecto: 463 - Fecha: 2019-2020. - N° de participantes: 10 - Estado: Terminado. - Estado: Terminado.

Aportación 8: Título del Proyecto de Innovación Docente: Mentoring para un desarrollo profesional personalizado. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. Transmitir una formación basada en la mentorización a los estudiantes para potenciar su desarrollo profesional y personal entre estudiantes de diferentes asignaturas del Máster en Profesorado de Enseñanza Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas y también de distintas asignaturas obligatorias y optativas del Grado de Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada. - Código del Proyecto: 463 - Fecha: 2019-2020. - N° de participantes: 10 - Estado: Terminado.

Profesor 5:

Aportación 1: Título del Proyecto de Innovación Docente: Desarrollo de un producto digital interactivo dirigido a motivar al alumnado para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias. Responsabilidad: Coordinadora. - Objetivos. El objetivo general de este proyecto de innovación docente es continuar reforzando la motivación del alumnado en el desarrollo de recursos digitales interactivos relacionados con el proceso de aprendizaje en el fomento de la docencia práctica coordinada

entre materias. El resultado final ha quedado recogido en la edición de material audiovisual interactivo que plasmará el caso práctico elaborado. - Código del Proyecto: 22-149 - Fecha: 2022-2024. - Estado: Terminado.

Aportación 2: Título del Proyecto de Innovación Docente: El desarrollo de competencias personales y profesionales con la mentorización. Responsabilidad: Participante. - Objetivos. Implementar un programa de mentorización para mejorar la calidad de la docencia de diferentes asignaturas del Máster en Profesorado de Enseñanza Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas y también de distintas asignaturas obligatorias y optativas del Grado de Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada. - Código del Proyecto: 463 - Fecha: 2019-2020. - Estado: Terminado.

Otros méritos de innovación docente (14):

Profesor/a 1:

Aportación 1: Coordinadora de la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado, desde 01/03/2000 hasta 09/05/2001.
Aportación 2: Elaboración de material docente y publicaciones relacionadas con la docencia: - Docencia a través de plataforma Web del Centro de Enseñanzas Virtuales de la Universidad de Granada (CEVUG) de la asignatura "Desarrollo de Nuevos Productos". Asignatura aprobada para impartirla virtualmente por el Secretariado de Tecnologías para Apoyo a la Docencia (STAD), en colaboración con el Vicerrectorado de Ordenación Académica de la Universidad de Granada en la convocatoria del Plan de Virtualización de Asignaturas Optativas 2007.- Asignatura optativa de la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado. Desde curso 2007-2008 hasta curso 2012-2013. 6 créditos. Porcentaje de virtualización: 75%.- La virtualización de la asignatura conlleva la elaboración de los materiales didácticos en entorno virtual, así como la impartición de tutorías a través de esta plataforma web.

Profesor/a 2:

Aportación 1. Mención honorífica por la Universidad de Granada al proyecto de innovación docente "Aplicación práctica de un sistema de entrevista personal asistida por ordenador (CAPI) en la enseñanza de investigación de marketing"

Aportación 2. Primer premio de experiencias docentes del XIV Jornadas Luso-Españolas de Gestión Científica a la ponencia titulada "Aplicación práctica de un sistema de entrevista asistida por ordenador (CAPI) en la enseñanza de investigación de mercados".

Aportación 3. Desarrollo del material necesario para la virtualización de la asignatura optativa "Investigación de Mercados", de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas. Cursos implicados: 2006-2007; 2007-2008; 2008-2009; 2009-2010; 2010-2011; 2011-2012; 2012-2013.

Aportación 4. Puesta en marcha como coordinador del grupo virtual del Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor. Curso 2015-2016.

Profesor 3:

Aportación 1: Coordinadora del Equipo de Trabajo de la Convocatoria Andaluza para el diseño de títulos de máster de carácter oficial.- Título del equipo de trabajo. Participación en el equipo de trabajo del Proyecto de Adaptación de la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado a las directrices del EEES. - Entidad organizadora. Junta de Andalucía.- Objetivos. Participación en el equipo de trabajo para la Adaptación de la Titulación en Investigación y Técnicas de Mercado al EEES y determinación de las competencias necesarias para el aprendizaje del alumno.- Perfil de los participantes. Profesores.- Participación. Miembro del comité responsable del proyecto.- Fecha. Octubre de 2005 a junio de 2006.- Estado: Concluido.

Aportación 2: Miembro del Equipo de Trabajo de la Convocatoria de Castilla y León para el diseño de títulos de máster de carácter oficial.- Título del equipo de trabajo. Participación en el equipo de trabajo para la Adaptación de los actuales estudios de la Licenciatura de segundo ciclo en Investigación y Técnicas de Mercado (Marketing) - Entidad organizadora. Convocatoria de ayudas para la elaboración y desarrollo de proyectos relacionados con la convergencia europea de la enseñanza en las universidades de Castilla y León. (ORDEN EDU/995/2005, de 19 de julio. BOCYL, nº 144, miércoles, 27 de julio de 2005).- Objetivos. 1. Análisis de la oferta y la demanda de la titulación en Investigación y Técnicas de Mercado en las diferentes universidades españolas, lo que permitirá conocer la aceptación actual de dichos estudios. - Estado: Concluido.

Aportación 3: Miembro de la Comisión de Valoración de la Distinción al mejor envase de los Premios Sabor Granada, a los mejores AOVES de la provincia de Granada. Edición II y III.

Aportación 4: Concesión de financiación dentro del marco de la solicitud de Infraestructuras para la Mejora de la Docencia Práctica del XXV Programa de Apoyo a la Docencia Práctica de la Universidad de Granada., para la adquisición del software Geomarketing Xpert para su aplicación a la docencia práctica en la asignatura Distribución Comercial I del Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

Aportación 5: Coordinadora del Equipo Docente para la elaboración del Anteproyecto del Título de Grado en Marketing e

Investigación de Mercados. □

Aportación 6: Elaboración de material docente y publicaciones relacionadas con la docencia: - Docencia a través de plataforma web del Centro de Enseñanzas Virtuales de la Universidad de Granada (CEVUG) de la asignatura "Marketing Aplicado". Asignatura aprobada para impartirla virtualmente por el Secretariado de Tecnologías para Apoyo a la Docencia (STAD), en colaboración con el Vicerrectorado de Ordenación Académica de la Universidad de Granada en la convocatoria del Plan de Virtualización de Asignaturas Optativas 2005.- Asignatura optativa de la Licenciatura en Economía. Curso 2005-2006. 4,5 créditos. Porcentaje de virtualización: 75%.- La virtualización de la asignatura conlleva la elaboración de los materiales didácticos en entorno virtual, así como la impartición de tutorías a través de esta plataforma web.- Página de acceso a la asignatura virtualizada: <http://cevug.ugr.es/optativas.php>

Aportación 7: Proyecto o contrato de investigación. "Instalación y mantenimiento de un sistema web dinámico para el proyecto de adaptación de los estudios de ITM al EEES. - Entidad financiadora. Universidad de Granada - Tipo de convocatoria. Otro: Contrato de Investigación y desarrollo con la Fundación Empresa-Universidad. - Entidades participantes. - Duración: 22/11/2004 a 22/12/2004.- Investigador principal. Luis Parrilla Roure -Número de investigadores participantes. 2 - Importe total del proyecto/contrato. 600 € - Grado de responsabilidad del solicitante. Investigador colaborador en el diseño de contenidos. - Dedicación al proyecto. Compartida.

Aportación 8: Coordinadora de la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado/Grado en Marketing e Investigación de Mercados, desde mayo de 2004 a mayo de 2006, desde enero de 2008 a diciembre 2008 y desde abril de 2009 hasta la actualidad.

Aportación 9: Evaluación sobre la calidad de la actividad docente desarrollada: Excelente (91,542 puntos sobre 100). - Certificado sobre la calidad de la actividad docente expedido por el Vicerrectorado para la Garantía de la Calidad previo informe remitido por la Comisión de Evaluación de la Calidad, conforme a los criterios de evaluación establecidos por el Procedimiento para la Evaluación de la Actividad Docente del Profesorado de la Universidad de Granada.

Aportación 10: Participación en la Comisión Científica del "VI Congreso Internacional de Casos Docentes en Marketing Público y No Lucrativo". - Entidad organizadora. Asociación Internacional de Marketing Público y No Lucrativo. - Objetivos: Congreso que incluye sesiones plenarias en las que se exponen casos docentes desarrollados por alumnos y que han sido tutorizados por profesores de universidad. El ámbito de aplicación es el Marketing Público y No Lucrativo.- Perfil de los destinatarios. Alumnos y Profesores Universitarios del área de Marketing.- Lugar de celebración. Oporto.- Fecha de celebración: 19 de diciembre de 2014.

Profesora 4:

Aportación 1: Tesorera de la Asociación de Hoteles Rurales de Andalucía (AHRA). Duración: desde febrero de 2005 hasta abril de 2017.

Aportación 2: Denominación: Coordinadora de prácticas de la especialidad de Hostelería y Turismo del Máster Universitario de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas. -Universidad: Universidad de Granada. - Centro: Escuela Internacional de Posgrado de la Universidad de Granada. - Duración: Curso: 2010/2011.

Aportación 3: Denominación: Coordinadora de la especialidad de Hostelería y Turismo del Máster Universitario de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas. - Universidad: Universidad de Granada. - Centro: Escuela Internacional de Posgrado de la Universidad de Granada. - Duración: Cursos: 2010/2011, 2011/2012, 2012/2013, 2013/2014, 2014/2015, 2015/2016.

Aportación 4: Denominación: Coordinadora del Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor. - Universidad: Universidad de Granada y Universidad de Jaén. - Centro: Escuela Internacional de Posgrado de la Universidad de Granada. - Duración: Desde el 19 de octubre de 2016 hasta el 1 de junio de 2022.

Aportación 5: Denominación: Tutora de estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo (NEAE). - Universidad: Universidad de Granada. - Facultad: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. - Duración: Desde el curso 2016/2017, en vigor.

C. Descripción del proyecto de innovación y buenas prácticas docentes

Resumen (15):

El objetivo de este Proyecto de Innovación es reforzar la motivación del alumnado mediante el desarrollo de recursos digitales interactivos relacionados con el aprendizaje práctico y coordinado entre materias. Este proyecto sigue la línea de exitosos proyectos de innovación anteriores, los cuales han logrado notables resultados en términos de participación estudiantil, integración de asignaturas y difusión general. La incorporación de nuevas asignaturas y profesores desde la convocatoria anterior amplía la transversalidad y fortalece los esfuerzos previos.

En concreto, este proyecto busca motivar a los estudiantes a través de su implicación en el desarrollo de una aplicación interactiva centrada en el turismo de sol y playa. Los alumnos trabajarán en equipo y de manera colaborativa, siguiendo estas fases: diseño del producto interactivo, planificación de medios y canales de comercialización, creación del producto y test de

mercado con su correspondiente análisis de resultados para evaluar su aceptación en el mercado.

La creación de esta aplicación digital es crucial, ya que podrá ser utilizada por los miembros de la Universidad de Granada, proporcionando a los estudiantes una experiencia cercana a la práctica empresarial real en el sector turístico, específicamente en el turismo de sol y playa, un segmento crucial para la economía española. Esta actividad económica ha contribuido significativamente al PIB español, subrayando su relevancia.

Al finalizar, se obtendrá una aplicación digital interactiva, facilitando la aplicación de conocimientos teóricos adquiridos en diversas asignaturas multidisciplinares y promoviendo un acercamiento práctico al mundo empresarial. La experiencia previa con proyectos similares ha mostrado excelentes resultados en la motivación del alumnado, haciendo de este proyecto una valiosa adición a las herramientas educativas de la universidad.

Además, junto con los proyectos de innovación anteriores, se logrará un conjunto integral de productos digitales interactivos (app de turismo global, app de turismo cultural, app de turismo rural y app de turismo de sol y playa), permitiendo a los futuros estudiantes trabajar de forma simultánea con los productos interactivos resultantes de estos proyectos de innovación.

Origen del proyecto (16):

La adaptación de los Planes de Estudios Universitarios al EEES requiere un cambio metodológico hacia un modelo de enseñanza basado en el aprendizaje, donde el profesor actúa como facilitador, integrando el uso de nuevas tecnologías. Tanto la teoría como las prácticas docentes necesitan transformarse para fomentar un mayor proceso de aprendizaje por parte del alumno. El profesorado debe guiar y motivar al estudiante para la implicación necesaria en este nuevo modelo educativo.

En el área de Comercialización e Investigación de Mercados, acercar al alumno a la realidad empresarial es crucial para aplicar los conocimientos teóricos en prácticas docentes, añadiendo un valor significativo al estudiante. Este acercamiento les ayuda a adquirir las competencias demandadas en el mercado laboral al finalizar su formación universitaria. Lograr que los estudiantes adquieran conocimientos teóricos, prácticos y habilidades exigidas por el mercado laboral es una meta esencial para el docente universitario. En este sentido, diversos métodos docentes han sido desarrollados en las últimas décadas, prevaleciendo el proceso de aprendizaje centrado en el alumnado.

Nuestra propuesta en el área de Comercialización e Investigación de Mercados busca acercar al alumnado a esta nueva realidad. Se pretende motivar a los estudiantes mediante el uso de herramientas interactivas en el desarrollo de actividades prácticas en las diferentes asignaturas participantes, creando materiales multimedia que, una vez editados, serán instrumentos válidos para cursos futuros. Los materiales multimedia son fundamentales para la recepción de información, permitiendo su uso incluso para estudiantes con necesidades educativas especiales. Estos materiales complementan las clases teóricas, actuando como un puente entre la enseñanza teórica tradicional y la formación práctica real, y fomentan una mayor receptividad del alumnado hacia las clases prácticas. Además, son útiles para otras asignaturas afines dentro del área de Comercialización e Investigación de Mercados.

Además de lo mencionado, es fundamental destacar que, dado el éxito de los proyectos de innovación docente anteriores, es imperativo aprovechar la oportunidad para seguir promoviendo el aprendizaje práctico de los alumnos, utilizando la tecnología como herramienta esencial de transmisión.

Justificación del proyecto. Vinculación con los planes de mejora de los Centros o Titulaciones (17):

Este proyecto se vincula directamente con los planes de mejora de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y las titulaciones que en ella se imparten. Específicamente, aborda las siguientes acciones de mejora:

Acción de mejora 13494 del Grado en Marketing e Investigación de Mercados: Incrementar la docencia práctica y utilizar más recursos informáticos.

Acción de mejora 13499 del Grado en Administración y Dirección de Empresas: Fomentar la docencia práctica y la utilización de recursos informáticos.

Acción de mejora 014459 del Grado en Marketing e Investigación de Mercados: Realizar un plan de orientación profesional.

Acción de mejora 014463 del Grado en Marketing e Investigación de Mercados: Realizar un plan de orientación académica.

Al implementar este proyecto, se incrementará la docencia práctica y se utilizarán más recursos informáticos, cumpliendo con las acciones de mejora 13494 y 13499. Además, se desarrollarán planes de orientación profesional y académica, en línea con las acciones de mejora 014459 y 014463. Así, el proyecto no solo fomenta un aprendizaje más práctico y tecnológicamente avanzado, sino que también fortalece la orientación integral de los estudiantes, alineándose con los objetivos estratégicos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Este proyecto también se alinea con los objetivos estratégicos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, específicamente con el **Eje Estratégico 2: Aprendizaje Transformador**. Este objetivo se centra en el desarrollo personal y profesional de los estudiantes, integrándose plenamente con la investigación y respondiendo a los retos de la sociedad actual.

Para cumplir con este objetivo estratégico, el proyecto aborda La **Línea de Acción UGR II.1: Avanzar hacia un modelo de aprendizaje activo y flexible**, centrado en el estudiantado y basado en metodologías docentes innovadoras. En concreto, se **aborda la Acción VID-CD 1, que busca impulsar y garantizar la calidad de la actividad docente mediante la formación anual de equipos docentes en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**.

Eje Estratégico UGR 8: Transformación Digital: Este eje estratégico persigue la transformación digital de la universidad en

todas sus dimensiones. Dentro de este marco, el proyecto se alinea con la **Línea de Acción UGR VIII.1**, que busca avanzar hacia la transformación digital de la Universidad de Granada. Específicamente, se enfoca en el Objetivo Estratégico VID: Impulsar la Docencia Digital en la FCCEE y la **Acción VID-DD 1**, que promueve el desarrollo de competencias digitales entre el personal docente y garantiza la calidad de la actividad docente en la Facultad.

Al cumplir con estas acciones de mejora y alinearse con los objetivos estratégicos y las líneas de acción de la Universidad de Granada, este proyecto contribuirá significativamente a la evolución de la enseñanza en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Esto se logrará mediante la adopción de metodologías innovadoras y la integración de tecnologías digitales en el proceso educativo, asegurando así una formación de calidad para los estudiantes.

Objetivos (18):

Para este Proyecto de Innovación Docente se plantean los siguientes objetivos:

- **Motivar a los estudiantes:** Fomentar el interés y la participación activa de los estudiantes en su proceso de aprendizaje a través del desarrollo de material digital en un entorno virtual.
- **Desarrollar recursos docentes versátiles:** Crear herramientas educativas que faciliten el aprendizaje tanto en entornos presenciales como virtuales.
- **Adaptar los itinerarios formativos:** Alinear la formación de los estudiantes con las nuevas demandas y expectativas de la sociedad.
- **Fomentar el trabajo en equipo:** Promover la colaboración y el trabajo conjunto entre los estudiantes.
- **Mejorar la capacidad crítica:** Aumentar la habilidad de los estudiantes para criticar constructivamente y mejorar el trabajo en equipo, argumentando los planteamientos llevados a cabo.
- **Incrementar la competitividad:** Potenciar la capacidad de los estudiantes para aplicar conocimientos teóricos a casos prácticos, mejorando así su preparación y competitividad.
- **Desarrollar la capacidad de aceptar críticas:** Enseñar a los estudiantes a recibir y aprovechar las críticas constructivas de sus compañeros.
- **Fomentar la autoevaluación:** Mejorar la capacidad de los estudiantes para autoevaluarse y evaluar las aportaciones de sus compañeros, promoviendo un aprendizaje reflexivo y colaborativo.

Metodología general y plan de trabajo (19):

El profesorado participante en el Proyecto de Innovación Docente, como viene siendo habitual, mantendrá varias reuniones de coordinación previas al inicio del Proyecto en las cuales se van a establecer las pautas a seguir para el buen desarrollo del mismo y la forma de coordinación entre las diferentes asignaturas participantes.

En concreto, las asignaturas incluidas en el Proyecto son:

Desarrollo de Nuevos Productos (Dirección de la Innovación y la Comunicación)

Distribución Comercial (Estrategias de Marketing)

Investigación de Mercados I (Análisis e Investigación de Mercados)

Investigación de Mercados III (Dirección e Investigación Internacional)

Marketing Cultural y Turístico (Extensiones del Marketing)

Marketing Hotelero y de Restauración (Marketing Turístico)

Como se aprecia, cada materia participante en el Proyecto pertenece a un módulo o subárea del área de Comercialización e Investigación de Mercados, lo que garantiza el carácter multidisciplinar del mismo.

El profesorado de cada asignatura comunicará de forma clara a sus alumnos el Proyecto que se pretende llevar a cabo y cuál es la parte del mismo que se va a desarrollar en esa asignatura. De manera más concreta, se establecerá la siguiente distribución:

1. En la asignatura de Desarrollo de Nuevos Productos (Grado en Marketing e Investigación de Mercados y área Dirección de la Innovación y la Comunicación) se establecerán las fases de desarrollo del producto interactivo.
2. En la asignatura de Marketing Cultural y Turístico (Grado en Marketing e Investigación de Mercados y área Extensiones del Marketing) y en la asignatura Marketing Hotelero y de Restauración (Grado en Turismo y área Marketing turístico) se trabajará con el diseño de un producto interactivo relacionado con el sector turístico.
3. En la asignatura de Distribución Comercial (Grado en Administración y Dirección de Empresas y área Estrategias de marketing) se llevará a cabo la planificación de medios y canales online para que el producto llegue hasta los usuarios.
4. En las asignaturas de Investigación de Mercados I e Investigación de Mercados III (Grado en Marketing e Investigación de Mercados y áreas Análisis e Investigación de Mercados y Dirección e Investigación Internacional, respectivamente), se diseñará una investigación cuya finalidad es llevar a cabo un test de mercado y un análisis de su adecuación por segmentos. Concretamente, en la asignatura de Investigación de Mercados I se generará un cuestionario en base al desarrollo del producto interactivo y en Investigación de Mercado III se implementarán las técnicas adecuadas para su análisis.

En cuanto a la metodología del Proyecto, a continuación, se destacan las siguientes cuestiones:

- La actividad se desarrollará de forma coordinada entre todas las asignaturas participantes en el momento de tiempo que le corresponda.
- El desarrollo de la actividad se realizará mediante equipos de trabajo de alumnos. Preferentemente, los equipos de trabajo deben ser pequeños. Para lograr un buen funcionamiento de los equipos de trabajo, los profesores deben informar a los alumnos sobre la importancia del consenso, la negociación, la resolución de conflictos y el desarrollo de habilidades sociales aptas para el trabajo en equipo. En cada uno de los grupos de las asignaturas implicadas se formarán, por tanto, varios equipos de trabajo. En cada una de las reuniones que mantengan los miembros del equipo de trabajo se deberá levantar acta, e informar al profesor sobre las decisiones más importantes adoptadas, los miembros asistentes a la reunión y el sistema adoptado para la adopción de decisiones.
- Estas reuniones, se llevarán a cabo de manera presencial, en horario de clase, y de manera virtual, como actividades de clase, a través de los sistemas de videoconferencias disponibles para los miembros de la UGR (Meet o Zoom) en las cuales puede participar el profesor, de manera síncrona, para la resolución de dudas que le puedan surgir en cada uno de los grupos.

En el proceso para el desarrollo del producto interactivo, se distinguirán las siguientes fases:

a) Fase A: diseño del producto interactivo. En esta fase se seguirá un proceso por etapas para el desarrollo y diseño de un nuevo producto en el sector turístico. Para ello, se comenzará con la identificación de oportunidades y la generación de ideas. Con relación a las oportunidades de mercado, creemos que trabajar con el sector turístico, es una oportunidad dado que es uno de los sectores más relevantes para la economía española. Como se ha comentado en esta memoria, esta actividad económica ha llegado incluso a contribuir hasta 7,4 puntos en el PIB español en el último año registrado (Statista, 2022).

Para la generación de las ideas, los alumnos trabajarán con distintos procedimientos que estimulen la creatividad empleando para ello un enfoque centrado en el consumidor. Entre estos procedimientos destacamos el listado de atributos, la técnica de la analogía, las relaciones forzadas, el análisis morfológico, *brainstorming*, la sinéctica y los árboles de pertenencia.

Tras estas dos etapas, se llevará a cabo la etapa de evaluación y tamizado de ideas para seleccionar, considerando factores comerciales, de duración, compatibilidad y viabilidad económica, aquellas ideas que tienen realmente posibilidades de convertirse en un producto interactivo final. La última parte consistirá en el desarrollo del concepto, una tarea que consiste en transformar las ideas de productos o servicios en conceptos con sentido para el consumidor que sean suficientemente atractivos desde su punto de vista. Esta fase terminará con una descripción detallada de las características, atributos y recursos necesarios en cada concepto turístico interactivo requiere.

Esta fase se llevará a cabo en las siguientes asignaturas:

Desarrollo de Nuevos Productos (Dirección de la Innovación y la Comunicación)

Marketing Cultural y Turístico (Extensiones del Marketing)

Marketing Hotelero y de Restauración (Marketing Turístico)

b) Fase B: planificación de medios y canales de comercialización del recurso turístico interactivo. Los alumnos en esta fase se centrarán en el diseño de un plan de distribución del concepto desarrollado en la fase anterior. Para ello llevarán a cabo un análisis de distintos canales (p.ej. email con permiso, listas, blogs y redes sociales principalmente), de sus puntos fuertes y débiles, así como de las medidas de rendimiento de cada uno de ellos. Los alumnos elaborarán un plan de medios adaptado a cada uno de los conceptos desarrollados en la fase anterior utilizando los recursos disponibles para llegar a su público objetivo.

Esta fase se llevará a cabo en las siguientes asignaturas:

Distribución Comercial (Estrategias de Marketing)

c) Fase C: creación de un producto turístico interactivo. El concepto con una mayor aceptación por el público objetivo será el que se desarrollará en esta fase. Para convertir este concepto en un producto resulta fundamental la elección de un destino de turismo de sol y playa. Elegido el destino, el alumnado, con ayuda de los profesores implicados en este proyecto de innovación docente, concretarán las características y elementos que debe contener el producto final utilizando para ello la descripción del concepto y el plan de medios y canales de comercialización elaborados en las dos fases anteriores.

Esta fase se llevará a cabo en las siguientes asignaturas:

Desarrollo de Nuevos Productos (Dirección de la Innovación y la Comunicación)

Distribución Comercial (Estrategias de Marketing)

Investigación de Mercados I (Análisis e Investigación de Mercados)

Investigación de Mercados III (Dirección e Investigación Internacional)

Marketing Cultural y Turístico (Extensiones del Marketing)

Marketing Hotelero y de Restauración (Marketing Turístico)

d) Fase D: test de mercado. Una vez completadas las fases anteriores, se procederá a la prueba del producto mediante el diseño, por parte de los alumnos, de una investigación de mercados que tenga como objetivo conocer la opinión del producto interactivo, sus principales puntos fuertes y débiles, la manera en que lo han conocido, su nivel de satisfacción y su intención de volver a usarlo. Se llevarán a cabo análisis descriptivos y de asociación con las respuestas obtenidas (Investigación de Mercados I – GMIM) y análisis más complejos considerando la heterogeneidad del mercado, así como la complejidad que

entraña explicar el comportamiento del consumidor (Investigación de Mercados III – GMIM).

Esta fase se llevará a cabo en las siguientes asignaturas:

Investigación de Mercados I (Análisis e Investigación de Mercados)

Investigación de Mercados III (Dirección e Investigación Internacional)

Cada una de estas fases se hará operativa completando cada una de las tareas que se describen a continuación:

- Tarea 1. Primera reunión general de los profesores. Aunque todos los docentes participantes en el proyecto ya deben conocer el contenido de esta propuesta, esta primera reunión tiene como objetivo básico describirla detalladamente para que no haya lugar a ninguna duda, pulir detalles, tomar decisiones y llegar a acuerdos sobre el desarrollo de la misma. En esta reunión deben establecerse claramente dos cuestiones fundamentales: a) las fechas de inicio y finalización de cada una de las fases, fechas límites para la formación de los equipos y contenidos mínimos de los informes del trabajo de los equipos en cada fase; b) definición de los criterios e instrumentos de evaluación para el trabajo en equipo desarrollados por los alumnos. En esta primera reunión se deberán precisar los instrumentos básicos de evaluación del trabajo colaborativo que desarrollarán los alumnos, así como también de las recompensas académicas que recibirán los alumnos que mejor desarrollen su trabajo.
- Tarea 2. Información a los alumnos sobre las actividades que se van a desarrollar, el procedimiento de trabajo que han de seguir, así como los criterios e instrumentos de evaluación que se van a adoptar.
- Tarea 3. Formación de los equipos y definición de los roles de los integrantes de cada equipo siguiendo algún criterio para su formación (formación espontánea, según capacidades, al azar, etc.). Una vez formados los grupos se informa de una forma precisa sobre los posibles roles. Por diferentes circunstancias inherentes a las asignaturas, los grupos que se constituyen en esta sesión previa van a perdurar a lo largo de todo el curso. Sin embargo, los roles van a ser obligatoriamente rotatorios para lograr que todos los componentes cultiven el mayor número de competencias clave.
- Tarea 4. Desarrollo del trabajo de la Fase A por cada equipo. A lo largo de esta fase el profesor debe recibir las actas de las reuniones que haya convocado cada equipo.
- Tarea 5. Sesión de clase sobre el trabajo desarrollado por los equipos en la fase A. El profesor debe recibir el informe del trabajo desarrollado por cada equipo durante la fase A.
- Tarea 6. Desarrollo del trabajo de la Fase B por cada equipo. A lo largo de esta fase el profesor debe recibir las actas de las reuniones que haya convocado cada equipo.
- Tarea 7. Sesión de clase sobre el trabajo desarrollado por los equipos en la fase B. El profesor recibe el informe del trabajo desarrollado por cada equipo primario durante la fase B.
- Tarea 8. Desarrollo del trabajo de la Fase C por cada equipo. A lo largo de esta fase el profesor debe recibir las actas de las reuniones que haya convocado cada equipo.
- Tarea 9. Sesiones de clase sobre el trabajo desarrollado por los equipos en la fase C. Asimismo, el profesor recibe las actas de las reuniones de los equipos y el informe del trabajo de cada uno de los equipos secundarios.
- Tarea 10. Desarrollo del trabajo de la Fase D por cada equipo. A lo largo de esta fase el profesor debe recibir las actas de las reuniones que haya convocado cada equipo.
- Tarea 11. Sesión de clase sobre el trabajo desarrollado por los equipos en la fase D. El profesor recibe el informe del trabajo desarrollado por cada equipo primario durante la fase D.

Cronología y programación estimada de tareas (duplicar tantas veces como sea necesario)

Fecha (20):	Miembro/s del equipo y tareas a realizar (21):
Primer cuatrimestre 2024-2025	Profesor/a 5: Profesor participante en el proyecto e implantación específica en la asignatura Desarrollo de Nuevos Productos Área: Dirección de la Innovación y la Comunicación Grado en Marketing e Investigación de Mercados Tarea asignada: Inicio del Proyecto según Fase A
	Profesor/a 3: Profesora participante en el proyecto e implantación específica en la asignatura Distribución Comercial Área: Estrategias de Marketing Grado en Administración y Dirección de Empresas Tarea asignada: Inicio del Proyecto según Fase A
Segundo cuatrimestre 2024-2025	Profesor/a 1: Profesora participante en el proyecto e implantación específica en la asignatura Marketing Cultural y Turístico Área: Extensiones del Marketing Grado en Marketing e Investigación de Mercados Tarea asignada. Aplicación de las ideas planteadas al sector turístico
	Profesor/a 4: Profesora participante en el proyecto e implantación específica en la asignatura

	Marketing Hotelero y de Restauración Área: Marketing Turístico Grado en Marketing e Investigación de Mercados Tarea asignada. Aplicación de las ideas planteadas al sector turístico
	Coordinadora 1: Coordinación general y profesora participante en el proyecto e implantación específica en la asignatura Investigación de Mercados I Área: Análisis e Investigación de Mercados Grado en Marketing e Investigación de Mercados Tarea asignada: Estudio de mercado y realización del cuestionario
	Profesor/a 2: Profesor participante en el proyecto e implantación específica en la asignatura Investigación de Mercados III Área: Dirección e Investigación Internacional Grado en Marketing e Investigación de Mercados Tarea asignada: tratamiento inicial de los datos
	Coordinador 2: Coordinación general y profesor participante en el proyecto e implantación específica en la asignatura Investigación de Mercados III Área: Dirección e Investigación Internacional Grado en Marketing e Investigación de Mercados Tarea asignada: tratamiento inicial de los datos
Segundo cuatrimestre 2024-2025	Coordinadora 1: Coordinación general y profesora participante en el proyecto e implantación específica en la asignatura Investigación de Mercados I Área: Análisis e Investigación de Mercados Grado en Marketing e Investigación de Mercados Tarea asignada: Análisis preliminar
	Profesor/a 2: Profesor participante en el proyecto e implantación específica en la asignatura Investigación de Mercados III Área: Dirección e Investigación Internacional Grado en Marketing e Investigación de Mercados Tarea asignada: Análisis del mercado objeto de estudio
	Coordinador 2: Coordinación general y profesor participante en el proyecto e implantación específica en la asignatura Investigación de Mercados III Área: Dirección e Investigación Internacional Grado en Marketing e Investigación de Mercados Tarea asignada: Análisis del mercado objeto de estudio
D. Incorporación de aspectos transversales al diseño e implementación del proyecto innovación y buenas prácticas docentes	
Indique si el proyecto incorpora aspectos transversales en su diseño e implementación, de acuerdo con el Plan Estratégico de la UGR 2031 y los planes directores.	
	(22):
El proyecto "Creación de un Producto Digital Interactivo para Motivar al Alumnado y Fomentar la Docencia Práctica Coordinada" efectivamente incorpora aspectos transversales alineados con el Plan Estratégico de la Universidad de Granada 2031. Se destaca por integrar principios de sostenibilidad en el desarrollo del producto digital, considerando la eficiencia energética y el impacto ambiental. Además, promueve la inclusión y la diversidad al asegurar la accesibilidad del producto para personas con diversas capacidades y al integrar perspectivas culturales diversas en los contenidos educativos. El proyecto también innova en la educación al adoptar metodologías pedagógicas avanzadas y tecnologías emergentes, mejorando así la experiencia educativa de los estudiantes. Finalmente, fomenta la internacionalización al incorporar aspectos globales en el diseño del producto digital interactivo en un sector internacional como es el sector turístico. Estos aspectos posicionan al proyecto como una contribución significativa a los objetivos estratégicos de la UGR en términos de desarrollo sostenible, inclusión, innovación educativa e internacionalización.	
E. Evaluación del proyecto innovación y buenas prácticas docentes	
Evaluación de los objetivos	(23) Para evaluar la idoneidad y el nivel de consecución de los objetivos planteados en este Proyecto de Innovación Docente, así como su adecuación a los intereses y necesidades de los estudiantes, se pueden establecer varios criterios, procedimientos e instrumentos de evaluación. A continuación, se detallan algunos: Criterios de Evaluación: Relevancia Educativa: ¿Los objetivos del proyecto están alineados con las necesidades educativas actuales y futuras de los estudiantes en el área de Comercialización e Investigación de Mercados? Innovación y Creatividad: ¿El proyecto introduce métodos innovadores y creativos para motivar y comprometer a los estudiantes en el aprendizaje práctico? Impacto Pedagógico: ¿Se observa un impacto positivo en el proceso de aprendizaje de los estudiantes a través del uso de la aplicación digital y las prácticas coordinadas entre materias? Adecuación Tecnológica: ¿La tecnología utilizada en el proyecto es adecuada y accesible para los estudiantes, facilitando su participación activa y aprendizaje efectivo? Procedimientos de Evaluación: Observación Directa: Observación de las interacciones de los estudiantes con la aplicación durante las actividades prácticas coordinadas. Se evalúa la participación, el nivel de compromiso y la habilidad para aplicar los conocimientos teóricos en contextos prácticos.

	Encuestas y Cuestionarios: Recolección de opiniones y percepciones de los estudiantes sobre la utilidad, la facilidad de uso y el impacto del proyecto en su aprendizaje. Preguntas específicas sobre cómo la aplicación ha mejorado su comprensión y habilidades prácticas pueden ser clave. Entrevistas: Obtención de información detallada a través de entrevistas individuales o grupales con los estudiantes. Instrumentos e Indicadores: Número de Usuarios y Participación: Registro del número de estudiantes que utilizan la aplicación y la frecuencia de su participación en las actividades prácticas. Evaluaciones Formativas: Evaluaciones continuas y finales para medir el dominio de los conocimientos teóricos y su aplicación práctica a través de la herramienta digital. Índice de Satisfacción: Medición del nivel de satisfacción de los estudiantes con respecto a la aplicación y las prácticas coordinadas entre materias. Análisis de Resultados: Evaluación de los resultados obtenidos a través de la aplicación en términos de logros académicos y habilidades adquiridas.
Evaluación de los resultados y productos	De los resultados (24). La evaluación de los resultados de este Proyecto se puede llevar a cabo siguiendo un proceso estructurado que permita analizar de manera integral el impacto y los logros alcanzados. A continuación, se describe cómo se puede proceder a la evaluación: 1. Definición de Indicadores y Objetivos de Evaluación: Indicadores: Establecer indicadores específicos que reflejen los aspectos clave del proyecto, como el nivel de participación de los estudiantes, el uso efectivo de la aplicación, el impacto en el aprendizaje práctico, etc. Objetivos de Evaluación: Revisar los objetivos iniciales del proyecto y determinar qué resultados se esperaban alcanzar en términos de aprendizaje, innovación educativa y aplicación práctica de conocimientos. 2. Informe de Evaluación: Documentación de Resultados: Elaborar un informe detallado que presente los hallazgos de la evaluación, incluyendo análisis cuantitativos y cualitativos, conclusiones y recomendaciones para futuras implementaciones. 3. Seguimiento y Evaluación Continua: Establecer mecanismos para monitorear continuamente el impacto a largo plazo del proyecto en el aprendizaje de los estudiantes y en la innovación educativa. De los productos (25) La evaluación de la aplicación de turismo de sol y playa obtenida como resultado del proyecto debe considerar varios aspectos clave para determinar su efectividad y calidad. Aquí se detalla cómo se puede llevar a cabo esta evaluación: 1. Funcionalidad de la aplicación Verificar que todas las funciones y características de la aplicación funcionen según lo previsto, incluyendo navegación, interactividad, herramientas de búsqueda, etc y realizar pruebas de usabilidad con los estudiantes para evaluar la facilidad de uso de la aplicación. 2. Impacto Educativo y Formativo: Aprendizaje y Aplicación Práctica: Medir el impacto en el aprendizaje práctico de los estudiantes que utilizan la aplicación. Determinar si facilita la comprensión de conceptos teóricos y promueve la toma de decisiones en un entorno real. 3. Sostenibilidad y Responsabilidad Social: Considerar si la aplicación fomenta prácticas sostenibles y responsables en el turismo.
F. Recursos y productos derivados del proyecto innovación y buenas prácticas docentes	
Recurso o productos derivados del proyecto (26):	
Como resultado de este Proyecto, se desarrollará un producto digital interactivo: una aplicación dedicada al turismo de sol y playa. Esta aplicación representa una evolución e innovación significativa respecto a los métodos tradicionales utilizados en el área de Comercialización e Investigación de Mercados. Permitirá a los estudiantes abordar prácticas dinámicas e interactivas en diversas asignaturas, facilitando la toma de decisiones operativas en tiempo real. Además, junto con los Proyectos de Innovación anteriores, este producto digital interactivo se integrará en un conjunto más amplio. Los estudiantes de cursos futuros podrán trabajar simultáneamente con diversas aplicaciones interactivas dedicadas a diferentes tipos de turismo. Esto les brindará la oportunidad de participar activamente en actividades prácticas como el desarrollo, la distribución, la investigación y la toma de decisiones en distintos contextos turísticos.	
Difusión de los resultados, hallazgos o productos derivados (27):	
Los resultados de este proyecto se publicarán y estarán disponibles a través de Digibug, el repositorio institucional de la UGR, cuyo propósito es la divulgación de las actividades académicas de la universidad. Esta plataforma garantiza el acceso tanto	

para estudiantes como para docentes de la Universidad de Granada y de otras instituciones nacionales e internacionales.

Además, se motivará a los estudiantes a presentar casos prácticos en el Congreso Internacional de Casos Docentes en Marketing Público y No Lucrativo. Los trabajos aceptados serán incluidos en las actas del Congreso, ampliando así la difusión y el impacto del aprendizaje práctico desarrollado en el proyecto.

G1. Presupuesto para proyectos tipo A			
Presupuesto	Concepto y justificación (28)	Subtotal periodo 1 (primer semestre) (29)	Subtotal periodo 2 (segundo semestre) (30)
	(43): Total		
G2. Presupuesto para proyectos tipo B y C			
Presupuesto	Concepto y justificación (28)	Subtotal Año 1 (tipo B y C) (29)	Subtotal Año 2 (tipo C) (30)
	Sistema de navegación online interactiva (Gamificación)	968	
	Grabación, producción y postproducción de pieza audiovisual	847	
	Diseño, creatividad de imagen corporativa del Proyecto	302	
	Desarrollo de menú de navegación sobre pieza audiovisual	485	
	Locución profesional	145	
	Búsqueda y adquisición de derechos de uso en bancos de imágenes	121	
	Integración del proyecto	132	
	(31): Total	3000	



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES

ANEXO 3. SOLICITUDES PRESENTADAS EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES PARA LA I CONVOCATORIA DE EQUIPOS DOCENTES PARA LA FORMACIÓN INICIAL DEL PROFESORADO Y EQUIPOS DOCENTES DE FORMACIÓN CONTINUA (FEDO) CURSO 2024/2025.



UNIVERSIDAD DE GRANADA

I CONVOCATORIA DE EQUIPOS DOCENTES DE FORMACIÓN AcademiaUGR.

ANEXO 2. Informe de la Comisión de Calidad del Centro (CCC)

1. Informe de la Comisión de Calidad del Centro a la solicitud presentada

Denominación del Equipo docente: FORMACIÓN TRANSVERSAL EN ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EN ECONOMÍA, HISTORIA E INSTITUCIONES

Personas coordinan el Equipo: Fernando García Quero y Manuel Correa Gómez.

D^a. Betty Agnani, como *Presidenta de la Comisión de Calidad* de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, hago constar que en reunión de la CCC de fecha: 11/07/2024, para evaluar solicitud de participación en la I Convocatoria de Equipos Docentes de Formación del Plan AcademiaUGR presentada por D. Fernando García Quero, se acordó informar que el grado de alineación con el Plan Director o el Plan de Mejora del centro de la propuesta presentada es:

ALTO	
MEDIO	
BAJO	

Indicar con una X

Justificación académica:

Para poder emitir un informe favorable de la presente solicitud por parte de la CCC de la FCCEE se requiere cumplimentar el grado de alineamiento y un informe motivado de la misma basada en criterios estrictamente académico, expresando la relevancia para el centro de las actividades de formación para su profesorado propuestas y su alineación con el [Plan Director2024-2026](#) o el [Plan de Mejora](#) del Centro ambos disponibles en el siguiente enlace de la página web del Centro: <https://fccee.ugr.es/facultad/estrategia-calidad> .

El equipo docente se integra en la línea de “formación inicial, seguimiento y tutela del profesorado novel” especificada en el programa Academia UGR. Los fines propuestos en el equipo se alinean con varios de los ejes y objetivos estratégicos del Plan Director 2024-2026, así como con distintas acciones del Plan de Mejora 2024/2025 de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (FCCEE).

A continuación se exponen aquellos ejes estratégicos, las áreas funcionales y los objetivos estratégicos del **Plan Director vigente de la FCCEE**, exponiendo el modo en que el equipo docente los integra.

1. Eje estratégico “Aprendizaje transformador”. Área funcional de “Innovación Docente” (VID): **objetivos estratégicos** “Potenciar la Calidad de la actividad Docente” (VID-CD), “Promover la formación e Innovación Docente” (VID-ID) y “Impulsar la Docencia Digital en la FCCEE (VID-DD)

El objetivo del proyecto es apoyar la formación docente del profesorado novel de varios departamentos pertenecientes a la FCCEE. Se cuenta con un total de 16 profesores pertenecientes a los departamentos de Economía Aplicada (11), Teoría e Historia Económica (área Historia económica, 4 docentes), y Economía Internacional y de España (1 docente). De los mismos 6 son experimentados y 9 noveles. Entre los perfiles del profesorado novel hay personas que tienen contratos predoctorales, sustituciones interinas y plazas de ayudante doctor.

En el proyecto se dotará al profesorado novel de competencias para diseñar, evaluar, organizar,



UNIVERSIDAD DE GRANADA

gestionar e implementar la docencia identificando problemáticas y buenas prácticas docentes. Para ello se realizarán reuniones entre todos los integrantes, entre miembros que tienen asignaturas comunes, y se hará un seguimiento pormenorizado de los profesores noveles. En el mismo se grabará una de sus sesiones docentes y posteriormente se discutirán aportaciones de mejora. También se contará con sesiones formativas en temas específicos como los retos de la inteligencia artificial para la docencia, enfoques metodológicos activos (aprendizaje servicio) o la dinamización de grupos.

Estas actividades se alinean con las acciones propuestas para alcanzar los objetivos estratégicos mencionados por parte de la FCCEE, donde se menciona explícitamente “impulsar y garantizar la calidad...a través de formación de equipos docentes”.

También, otra de las actividades que se realizaran en el equipo, se integra por completo en una de las acciones del objetivo estratégico VID de la FCCEE, donde se establece un indicador para “Diseño de la prueba piloto” para realizar una misma innovación en diferentes asignaturas. Al respecto, una de las intenciones de las reuniones formativas que estableceremos en el equipo docente será establecer coordinaciones para incorporar alguna prueba piloto de innovación docente en base a un mismo caso práctico. Por ejemplo, visualizar el mismo contenido digital o realizar las mismas lecturas en las asignaturas de Economía Política para ver si innovaciones tienen mejoras en los resultados. O preparar un mismo “estudio de caso” que se integre en diferentes materias para abordar contenidos complementarios.

En lo que respecta al impulso de la Docencia Digital en la FCCEE, en el proyecto se realizará una sesión destinada a la formación en herramientas tecnológicas para la docencia, de tal forma que la experiencia docente se enriquezca y se obtengan nuevos recursos en los que apoyar el proceso de aprendizaje (captura y desarrollo de vídeo, uso de la herramienta Quizlet y Mentimeter, etc.)

2. Eje estratégico universidad socialmente responsable. Área funcional de “Extensión Universitaria (EU)”: **objetivo estratégico** “Fomentar actividades de Extensión Cultural en la FCCEE (EU-EC)”. El equipo plantea actividades formativas que mejorarán la capacitación del profesorado para integrar en la docencia actividades que potencien la formación integral del estudiantado y su compromiso con la sostenibilidad. Por ejemplo, se mostrarán actividades para el aula que incorporen la literatura, el cine o la música en la práctica docente. Al respecto, también se planteará una formación para que el profesorado novel conozca metodologías como el Aprendizaje Servicio y las posibilidades que aporta como innovación docente.

Por último en lo que respecta al “**Plan de Mejora**” de la FCCEE, las acciones desarrolladas en el equipo docente se relacionan directamente con las siguientes acciones:

–“Fomentar la participación del profesorado en proyectos de innovación docente y en cursos de formación en los Centros con baja participación” (código de acción **SGC-P01-017766**). En el proyecto se integra casi la totalidad del profesorado novel de los departamentos de Economía Aplicada y Teoría e Historia económica (exclusivamente del área de historia económica)

–“Crear al menos un equipo docente por centro. Seguimiento de la participación en las distintas convocatorias de los equipos docentes” (código de acción **SGC-P01-017766**).

–“Actuaciones de orientación, tutorización y acompañamiento al estudiantado” (código de acción **SGC-SGC-P01-018708**). En el equipo docente se apoyará, formará y tutorizará de manera individualizada a profesorado novel, permitiendo una coordinación académica más adecuada de las asignaturas que



UNIVERSIDAD DE GRANADA

impartan. También se les formará en metodologías de aprendizaje activo e innovador centrado en el que responden a los retos de la sociedad (Aprendizaje Servicio). Por último, mencionar que en la sesión de evaluación final del mismo, se planteará la posibilidad de que se derivase en un Plan Integral de Acción tutorial, iniciativa que la CCC de la FCCEE está trabajando de manera activa.

En Granada, a _____ de _____ de 2024

Fdo: Betty Agnani

Presidenta de la Comisión de Calidad



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES

ANEXO 4. SEGUIMIENTO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.

PLAN DE COMUNICACIÓN

(Aprobado por Junta de Facultad el 17 de diciembre de 2021 y modificado en Junta de Facultad de 25 de julio de 2023)

SEGUIMIENTO JUL 2024

TABLA 1 DE CONTENIDOS Y DESTINATARIOS

CONTENIDOS INFORMATIVOS		DESTINATARIOS ¹													SEGUIMIENTO CURSO 2023-2024
		AGENTES							ÓRGANOS						
		INTERNOS			EXTERNOS										
		EST	PDI	PTGAS	EGR	POT	PROF	OTROS	JF	CG	CCC	CA	CT	DD	
Política de Aseguramiento de la Calidad	Contrato Programa de la Facultad	X	X	X					X	X	X				Se ha actualizado el PAS por PTGAS y la nota al pie: UTCUA ¹
	Plan de Mejora de la Facultad	X	X	X	X		X	X	X	X	X		X		
	Acreditación del Centro y de las Titulaciones de Grado (Informes externos)	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	Se modifica el contenido debido a la nueva normativa de acreditación de grados y Centro
	Informe de Gestión del Centro	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
	Política de Calidad y Objetivos Estratégicos de la Facultad (Plan director)	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	Se modifica el contenido adaptado a lo que se publica en web
	Acuerdos adoptados por los Órganos de Gobierno de la Facultad	X	X	X			X	X	X	X	X				
	Proceso de quejas y sugerencias (buzón)	X	X	X	X		X	X							

¹ La desagregación de los destinatarios responde a recomendaciones de UTCUA: Unidades Técnicas de Calidad de Universidades Andaluzas. **EST**: Estudiantado y representantes de estudiantes; **PDI**: Personal Docente e Investigador; **PTGAS**: Personal Técnico, de Gestión y de Administración y Servicios; **EGR**: Egresados; **POT**: Estudiantes Potenciales; **PROF**: Colectivos Profesionales; **OTROS**: Medios de comunicación, Comunidad UGR, Sociedad, etc. **JF**: Junta de Facultad; **CG**: Comisión de Gobierno; **CCC**: Comisión Calidad del Centro; **CA**: Comisión Académica del Centro; **CT**: Coordinación de títulos; **DD**: Direcciones de Departamento.

TABLA 1 DE CONTENIDOS Y DESTINATARIOS

[illegible]

TABLA 1 DE CONTENIDOS Y DESTINATARIOS

CONTENIDOS INFORMATIVOS		DESTINATARIOS ¹													SEGUIMIENTO CURSO 2023-2024
		AGENTES							ÓRGANOS						
		INTERNOS			EXTERNOS										
		EST	PDI	PTGAS	EGR	POT	PROF	OTROS	JF	CG	CCC	CA	CT	DD	
estudiantado	estudiante y SUCRE)														Se ha actualizado el PAS por PTGAS y la nota al pie: UTCUA ¹
	Servicios disponibles (Secretaría, Biblioteca, reprografía, cafetería, entre otros)	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		
	Gestión económica y distribución de gastos		X	X					X	X					
Orientación educativa	Acciones de orientación académica / Actividades formativas (Jornadas informativas)	X	X			X			X	X	X	X	X		Esto se refiere a NEAE y a tutorías coordinaciones (por ahora)
	Acciones de orientación profesional	X	X				X		X	X	X				
	Orientación de programas de movilidad nacional e internacional	X	X	X					X	X	X				
	Jornada Informativa con los Representantes de grupo	X									X				
	Plan de acción tutorial (NEAE y a nivel de titulación)	X	X						X	X	X				

TABLA 2 DE MEDIOS, FRECUENCIA Y RESPONSABLES

PENDIENTE ACTUALIZAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA FRECUENCIA POR CADA CONTENIDO, E INCORPORAR RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, DONDE SEA EL CASO. (cambio todo en rojo, y dejar tachado si se elimina algo)

CONTENIDOS INFORMATIVOS		ESTUDIANTES ²			PDI			PTGAS			RESTO ³			SEGUIMIENTO CURSO 2023-2024
		MC	Fr	Res	MC	Fr	Res	MC	Fr	Res	MC	Fr	Res	
Política de Aseguramiento de la Calidad	Contrato Programa de la Facultad				W/E	±	VC	W/E	±	VC	R/E	±	VC	Eliminar este contenido.
	Plan de Mejora de la Facultad	W	1	VC	W	1	VC	W	1	VC	W/R/E	1	VC	
	Acreditación del Centro y de las Titulaciones de Grado (Informes externos)	W/RRSS/E	1	VC	W/RRSS/E	1	VC	W/RRSS/E	1	VC	W/R	1	VC	
	Informe de Gestión del Centro	W	1	VC	W	1	VC	W	1	VC	W/R/E	1	VC	
	Política de Calidad y Objetivos Estratégicos de la Facultad (Plan Director)	W/RRSS/P	1	VC	W/RRSS/P	1	VC	W/RRSS/P	1	VC	W/RRSS/R/E/P	1	D/VC	Se incorpora pantallas de TV en el Centro (P)
	Acuerdos adoptados por los Órganos de Gobierno de la Facultad	W/E	3	SF	W/E	3	SF	W/E	3	SF	W/R	3	SF	
	Proceso de quejas y sugerencias (buzón)	W/P	1	VC/S	W/P	1	VC/S	W/P	1	VC/S	W/P	1	VC/S	Se incorpora pantallas de TV en el Centro (P)

² Incluye el estudiantado matriculado y potencial, representantes de estudiantes y egresados.

³ Incluye el resto de agentes externos y órganos del Centro.

Diseño, seguimiento y mejora de los programas formativos	Diseño de la oferta formativa (web titulaciones y facultad, contenido y noticias)	W/P/RRSS	1	VOA	W/P/RRSS	1	VOA	W/P/RRSS	1	VOA	W/P/RRSS	1	VOA	Se incorpora pantallas de TV en el Centro (P)
	Plan de ordenación docente (Guía del estudiante)	W/P/RRSS	2	VOA	W/P/RRSS	2	VOA	W/P/RRSS	2	VOA	W/RRSS	2	VOA	Se incorpora pantallas de TV en el Centro (P)
	Seguimiento, Modificación/Extinción de las Titulaciones de Grado (informes externos, planes de mejora)	W/RRSS	1	VC/VOA	W/RRSS	1	VC/VOA	W/RRSS	1	VC/VOA	W/RRSS/E/R	1	D/VC	
	Trabajo fin de Grado y Prácticas Externas	W/RRSS E/R/P TODOS	3 1	VOA/VC/VE	W/RRSS S/E/R/P TODOS	3 1	VOA/VC/VE	W/P	1	VOA/VC/VE	W/RRSS/S/P	3	VOA/VC/VE	Se elimina como responsable Vicedecanato de Calidad y Se incorpora pantallas de TV en el Centro (P)
Personal docente e investigador	Información funcionamiento del Centro (Departamentos, Aulas, profesorado, Oferta de líneas de TFG, entre otros)	W/RRSS/P	1	VInf/VOA	W/RRSS/E/R/P	1	VInf/VOA	W/RRSS/P	1	VInf/VOA	W/R/E/RRSS/P	1	VInf/VOA/VC	Se incorpora pantallas de TV en el Centro (P), redes sociales (RRSS), reuniones (R).
	Actividades formativas y de innovación docente del personal docente				W/RRSS TODOS	3	VIP/VC				W/R/E W/RRSS/P/B	1	VC	Se incorpora pantallas de TV en el Centro (P), redes sociales (RRSS), reuniones (R) y boletín informativo (B)
	Información sobre evaluación, promoción y reconocimiento del personal docente				RRSS/E/B	1	VOA/VC/CI				RRSS/R/E/B	1	VOA/VC/CI	Se elimina correo electrónico (E), y se incorpora boletín y pantallas (B y P). se actualiza responsables
Recursos para el aprendizaje y apoyo al estudiantado	Admisión de estudiantes	W/RRSS	1	S/VOA	W/RRSS	1	S/VOA	W/RRSS	1	S/VOA	W/R/E	1	S/VOA	
	Infraestructura disponible para la docencia (aulas, medios en guía del estudiante y SUCRE)	W/RRSS	1	VOA/VInf	W/RRSS	1	VOA/VInf	W/RSS	1	VOA/VInf	W/R/E	1	VOA/VInf	

	Servicios disponibles (biblioteca, secretaría, reprografía, cafetería, entre otros)	W/RRSS	1	VOA/Vinf	W/RRS S/E	1	VOA/Vinf	W/RRS	1	VOA/Vinf	W/R/E	1	VOA/Vinf	
	Gestión económica y distribución de gastos				W	1	Vinf	W	1	Vinf	W/R/E	1	Vinf	
Orientación educativa	Acciones de orientación académica / Actividades formativas (Jornadas informativas)	W/RRSS /E/R TODOS	1	VOA/ VC/V E	W/RRS S/E/ P	1	VOA/V C/VE	W/R RSS/ P		VOA/V C/VE	W/R/E/ P	1	VOA/ VC/ VE	Se actualiza todos los medios y se añade pantalla TV (P)
	Acciones de orientación profesional	W/RRSS /E/R TODOS	1	VE	W/RRS S/E	1	VE				W/RRS S/E/R TODOS	1	VE	Se actualiza todos los medios
	Orientación de programas de movilidad nacional e internacional	W/RRSS /E/R TODOS	1	VRI	W/RRS S/R/E/ P	1	VRI	W/R RSS/ R/E/ P	1	VRI	W/R/E/ P	1	VRI	Se actualiza todos los medios y se añade pantalla TV (P)
	Jornada Informativa con los representantes de grupo	W/RRSS /E/R	1	VOA/ VC/V E							R/E	1	VOA/ VC/ VE	
	Plan de acción tutorial (NEAE y a nivel de titulación)	W/ E	1	VE/V C	W/R/E	1	VE/VC				W/R/E	1	VE/ VC	Esto se refiere a NEAE y a tutorías coordinaciones (por ahora)

Medios de comunicación (MC):

- Página web de la Facultad y de los Grados (**W**),
- Email **y/o mensaje en PRADO (E)**,
- Reuniones informativas (**R**),
- Redes Sociales (**RRSS**).
- Pantallas del centro (**P**)
- Boletín FCCEE (**B**)
- Cuando se utilizan todos los medios anteriores (**TODOS**)

Frecuencia (Fr): Número de veces mínimas por curso académico.

Órgano o persona **Responsable directo de la difusión (Res):**

- **D:** Decano,
- **VC:** Vicedecanato de Calidad e Innovación Docente,
- **VOA:** Vicedecanato de Ordenación Académica,
- **VE:** Vicedecanato de **Estudiantes, Empleo, Igualdad y Diversidad** Estudiantes y Empleabilidad y,
- **VRI:** Vicedecanato de Internacionalización,
- **VInf:** Vicedecanato de **Infraestructuras, Sostenibilidad y Asuntos Económicos** Infraestructura, nuevas tecnologías y gestión económica,
- **VIP:** Vicedecanato de **Investigación, Transferencia y Posgrado** Investigación y Posgrado,
- **RCI** Responsable de Comunicación Institucional del centro
- **SF:** Secretaría de la Facultad,
- **S:** Secretaría **de Decanato**.

Importante: el boletín, a priori, iba a ser algo sólo para PDI y PTGAS. Pero finalmente hemos decidido publicarlo en la web de la FCCEE (en documentos) a modo de repositorio. Por tanto, es algo que está disponible para todo el que lo encuentre en la web.



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



ANEXO 5. PROPUESTA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN REVISADO A JULIO 2024.



PROPUESTA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

(Aprobado por Junta de Facultad el 17 de diciembre de 2021 y **modificado en Comisión de Calidad del Centro de 11 de julio de 2024**)

El Plan de Comunicación del Centro responde al compromiso con los principios de la rendición de cuentas y la transparencia de la Facultad. En el mismo quedan reflejados todos los flujos de comunicación y de rendición de cuentas que derivan de la puesta en marcha de los procesos estratégicos, clave y de apoyo identificados en el Manual de Calidad del Centro.

El objetivo principal del Plan es estructurar el modo en el que se difunde la información. Asimismo, pretende informar a los diferentes grupos de interés: agentes internos y externos, así como a los órganos del Centro, de cuáles son los contenidos y los canales de comunicación. Constituye una herramienta clave y transversal a todos los procesos y procedimientos del Sistema de Garantía de Calidad de la Facultad.

Los principales contenidos objeto de difusión y comunicación son:

- Información acerca de las titulaciones de Grado y doble Grado que oferta el Centro.
- Política de Calidad y Objetivos Estratégicos.
- Informes anuales de seguimiento de las titulaciones.
- Planes de mejora del Centro.
- Informes anuales de gestión.
- Plan de acción tutorial: acogida del estudiantado, programa de tutorización del estudiantado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE), información sobre elección de optatividad, información sobre movilidad, información sobre prácticas externas, información sobre Trabajo Fin de Grado, información individualizada desde las coordinaciones de las titulaciones.
- Plazos de interés, calendario académico, asignación de tutores de Trabajo Fin de Grado, proclamación de representantes de grupo.
- Guía del estudiante y guías docentes.
- Salidas profesionales.
- Oferta formativa extracurricular.
- Plan de Ordenación Docente.
- Prácticas externas.
- Trabajo Fin de Grado.
- Recursos materiales disponibles.
- Acuerdos adoptados por los órganos colegiados del Centro (Junta de Facultad, Comisión de Gobierno, Comisión de Calidad del Centro, entre otros).
- Información sobre el proceso de quejas y/o sugerencias.



En la siguiente tabla 1 se indican los **contenidos y destinatarios** de la información:

TABLA 1

CONTENIDOS INFORMATIVOS		DESTINATARIOS ¹												
		AGENTES							ÓRGANOS					
		INTERNOS			EXTERNOS									
		EST	PDI	PTGAS	EGR	POT	PROF	OTROS	JF	CG	CCC	CA	CT	DD
Política de Aseguramiento de la Calidad	Contrato Programa de la Facultad		X	X					X	X	X			
	Plan de Mejora de la Facultad	X	X	X	X		X	X	X	X	X		X	
	Acreditación del Centro y de las Titulaciones de Grado (Informes externos)	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X
	Informe de Gestión del Centro	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
	Política de Calidad y Objetivos Estratégicos de la Facultad (Plan Director)	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X
	Acuerdos adoptados por los Órganos de Gobierno de la Facultad	X	X	X			X	X	X	X	X			
	Proceso de quejas y sugerencias (buzón)	X	X	X	X		X	X						
Diseño, seguimiento y mejora de los programas formativos	Diseño de la oferta formativa (web de titulaciones y Facultad, contenido y noticias)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	Plan de Ordenación Docente (guía del estudiante)	X	X	X			X	X	X	X	X		X	X
	Seguimiento, Modificación/Extinción de las Titulaciones de Grado (Informes externos y planes de mejora)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	
	Trabajo fin de Grado y Prácticas Externas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
Personal docente e investigador (PDI)	Información sobre funcionamiento del Centro (Departamentos, aulas, profesorado, oferta de líneas de TFG, entre otros)	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X		X
	Actividades formativas y de innovación docente del PDI		X						X	X	X			X
	Información sobre evaluación, promoción y reconocimiento del PDI		X						X	X	X			X

TABLA 1

CONTENIDOS INFORMATIVOS		DESTINATARIOS ¹												
		AGENTES							ÓRGANOS					
		INTERNOS			EXTERNOS									
		EST	PDI	PTGAS	EGR	POT	PROF	OTROS	JF	CG	CCC	CA	CT	DD
Recursos para el aprendizaje y apoyo al estudiantado	Admisión de estudiantes	X	X	X					X	X	X			
	Infraestructura disponible para la docencia (aulas, medios en guía del estudiante y SUCRE)	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X		
	Servicios disponibles (Secretaría, Biblioteca, reprografía, cafetería, entre otros)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X
	Gestión económica y distribución de gastos		X	X					X	X				
Orientación educativa	Acciones de orientación académica / Actividades formativas (Jornadas informativas)	X	X			X			X	X	X	X	X	
	Acciones de orientación profesional	X	X				X		X	X	X			
	Orientación de programas de movilidad nacional e internacional	X	X	X					X	X	X			
	Jornada Informativa con los Representantes de grupo	X									X			
	Plan de acción tutorial (NEAE y a nivel de titulación)	X	X						X	X	X			

¹ La desagregación de los destinatarios responde a recomendaciones de UTCUA: Unidades Técnicas de Calidad de Universidades Andaluzas.

EST: Estudiantado y representantes de estudiantes; **PDI:** Personal Docente e Investigador; **PTGAS:** Personal Técnico, de Gestión y de Administración y Servicios; **EGR:** Egresados; **POT:** Estudiantes Potenciales; **PROF:** Colectivos Profesionales; **OTROS:** Medios de comunicación, Comunidad UGR, Sociedad, etc. **JF:** Junta de Facultad; **CG:** Comisión de Gobierno; **CCC:** Comisión Calidad del Centro; **CA:** Comisión Académica del Centro; **CT:** Coordinación de títulos; **DD:** Direcciones de Departamento.



En la tabla 2 se indican los **medios de comunicación** (MC), la **frecuencia** anual (Fr) y el órgano o persona **responsable directo** de transmitir dicha información (Res) según sea el grupo de destinatario:

TABLA 2

CONTENIDOS INFORMATIVOS		ESTUDIANTES ²			PDI			PTGAS			RESTO ³		
		MC	Fr	Res	MC	Fr	Res	MC	Fr	Res	MC	Fr	Res
Política de Aseguramiento de la Calidad	Contrato Programa de la Facultad				W/E	±	VC	W/E	±	VC	R/E	±	VC
	Plan de Mejora de la Facultad	W	1	VC	W	1	VC	W	1	VC	W/R/E	1	VC
	Acreditación del Centro y de las Titulaciones de Grado (Informes externos)	W/RRSS/E	1	VC	W/RRSS/E	1	VC	W/RRSS/E	1	VC	W/R	1	VC
	Informe de Gestión del Centro	W	1	VC	W	1	VC	W	1	VC	W/R/E	1	VC
	Política de Calidad y Objetivos Estratégicos de la Facultad (Plan Director)	W/RRSS/P	1	VC	W/RRSS/P	1	VC	W/RRSS/P	1	VC	W/RRSS/R/E/P	1	D/VC
	Acuerdos adoptados por los Órganos de Gobierno de la Facultad	W/E	3	SF	W/E	3	SF	W/E	3	SF	W/R	3	SF
	Proceso de quejas y sugerencias (buzón)	W/P	1	VC/S	W/P	1	VC/S	W/P	1	VC/S	W/P	1	VC/S
Diseño, seguimiento y mejora de los programas formativos	Diseño de la oferta formativa (web titulaciones y facultad, contenido y noticias)	W/RRSS/P	1	VOA	W/RRSS/P	1	VOA	W/RRSS/P	1	VOA	W/RRSS	3	VOA
	Plan de ordenación docente (guía del estudiante)	W/RRSS/P	2	VOA	W/RRSS/P	2	VOA	W/RRSS/P	2	VOA	W/RRSS	2	VOA
	Seguimiento, Modificación/Extinción de las Titulaciones de Grado (informes externos, planes de mejora)	W/RRSS	1	VOA/VC	W/RRSS	1	VOA/VC	W/RRSS	1	VOA/VC	W/RRSS/E/R	1	D/VC



	Trabajo fin de Grado y Prácticas Externas	W/RRSS/ E/R/ TODOS	3 1	VOA/ VC/ VE	W/RRSS/E/ R/ TODOS	3 1	VOA/ VC/ VE	W/P	1	VOA/ VC/ VE	W/RRSS/P	3	VOA/ VC/ VE
CONTENIDOS INFORMATIVOS		ESTUDIANTES ²			PDI			PAS			RESTO ³		
		MC	Fr	Res	MC	Fr	Res	MC	Fr	Res	MC	Fr	Res
Personal docente e investigador	Información funcionamiento del Centro (Departamentos, Aulas, profesorado, Oferta de líneas de TFG, entre otros)	W/ RRSS/P	1	VInf/ VOA	W/ RRSS/E/R/ P	1	VInf/ VOA	W/RRSS/P	1	VInf/ VOA	W/R/E/ RRSS/P	1	VInf/ VOA/ VC
	Actividades formativas y de innovación docente del personal docente				W/RRSS/ E- TODOS	3	VIP/VC				W/R/E/ W/RRSS/P/B	1	VC
	Información sobre evaluación, promoción y reconocimiento del personal docente				RRSS/E/B	1	VOA/VC/ CI				RRSS/R/E/ B	1	VOA/ VC/ CI
Recursos para el aprendizaje y apoyo al estudiantado	Admisión de estudiantes	W/RRSS	1	S/VOA	W/RRSS	1	S/VOA	W/RRSS	1	S/VOA	W/R/E	1	S/VOA
	Infraestructura disponible para la docencia (aulas, medios en guía del estudiante y SUCRE)	W/RRSS	1	VOA/ Vinf	W/RRSS	1	VOA/ Vinf	W/RRSS	1	VOA/ Vinf	W/R/E	1	VOA/ Vinf
	Servicios disponibles (biblioteca, secretaría, reprografía, cafetería, entre otros)	W/RRSS	1	VOA/ Vinf	W/RRSS/ E	1	VOA/ Vinf	W/RRSS	1	VOA/ Vinf	W/R/E	1	VOA/ Vinf
	Gestión económica y distribución de gastos				W	1	Vinf	W	1	Vinf	W/R/E	1	VInf
Orientación educativa	Acciones de orientación académica / Actividades formativas (Jornadas informativas)	W/RRSS/ E/R/ TODOS	1	VOA/ VC/VE	W/RRSS/ E/P	1	VOA/VC/V E	W/RRSS /P		VOA/VC/ VE	W/R/E/P	1	VOA/ VC/ VE
	Acciones de orientación profesional	W/RRSS/ E/R/ TODOS	1	VE	W/RRSS/ E	1	VE				W/RRSS/E/ R TODOS	1	VE
	Orientación de programas de movilidad nacional e internacional	W/RRSS/ E/R/ TODOS	1	VRI	W/RRSS/ R/E/P	1	VRI	W/RRSS /R/E/P	1	VRI	W/R/E/P	1	VRI



	Jornada Informativa con los representantes de grupo	W/RRSS/ E/R	1	VOA/VC /VE							R/E	1	VOA /VC/ VE
	Plan de acción tutorial (NEAE y a nivel de titulación)	W/ E	1	VE/VC	W/R/E	1	VE/VC				W/R/E	1	VE/ VC

² Incluye el estudiantado matriculado y potencial, representantes de estudiantes y egresados.

³ Incluye el resto de agentes externos y órganos del Centro.

Medios de comunicación (MC): Página web de la Facultad y de los Grados (**W**), Email **y/o mensaje en PRADO (E)**, Reuniones informativas (**R**), Redes Sociales (**RRSS**), **Pantallas del centro (P)**, **Boletín FCCEE (B)**, **Cuando se utilizan todos los medios anteriores (TODOS)**

Frecuencia (Fr): Número de veces mínimas por curso académico.

Órgano o persona **Responsable directo de la difusión (Res):** **D:** Decano, **VC:** Vicedecanato de Calidad e Innovación Docente, **VOA:** Vicedecanato de Ordenación Académica, **VE:** Vicedecanato de Estudiantes, **Empleo, Igualdad y Diversidad y Empleabilidad**, **VRI:** Vicedecanato de Internacionalización, **VInf:** Vicedecanato de Infraestructuras, **Sostenibilidad y Asuntos Económicos nuevas tecnologías y gestión económica**, **VIP:** Vicedecanato de Investigación, **Transferencia** y Posgrado, **CI:** Comunicación Institucional del centro, **SF:** Secretaría de la Facultad, **S:** Secretaría **de Decanato**.