

### APARTADO 3. SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO.

Centro Propio: [Facultad de Economía.](#)

#### 4.1.1.- Vías de acceso

Estar en posesión del título de bachiller o equivalente y la superación de la prueba a que se refiere el art. 42 de la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades, modificada por la ley 4/2007, de 12 de abril, sin perjuicio de los demás mecanismos de acceso previstos por la normativa vigente.

La orden de 25 de noviembre de 1999, relaciona cada una de las vías de acceso que componen las Pruebas de Acceso a la Universidad con titulaciones universitarias oficiales. La elección por parte del/la estudiante de la modalidad de bachillerato que va a cursar, le dará preferencia en el número de titulaciones universitarias a las que podrá optar una vez superada las Pruebas de Acceso a la Universidad.

En concreto, los estudios que dan acceso a esta titulación son:

- a) Estudios vinculados a la opción Científico-Tecnológica.
- b) Estudios vinculados a la opción Ciencias de la Salud.
- c) Estudios vinculados a la opción Ciencias Sociales.
- d) Pruebas de acceso de Mayores de 25 años de la UVEG.
- e) Cualquier titulación universitaria.
- f) Ciclos Formativos Superiores establecidos por normativa.

#### 4.1.2.-Perfil recomendado

Podrán acceder a los estudios de Grado en ADE los/las estudiantes que estén en posesión del título de Bachillerato LOGSE en el perfil que establezca la normativa vigente en curso y hayan superado las pruebas de acceso a la Universidad (PAU).

La orden de 25 de noviembre de 1999, relaciona cada una de las vías de acceso que componen las Pruebas de Acceso a la Universidad con titulaciones universitarias oficiales. La elección por parte del/la estudiante de la modalidad de bachillerato que va a cursar, le dará preferencia en el número de titulaciones universitarias a las que podrá optar una vez superada las Pruebas de Acceso a la Universidad.

En cuanto al perfil idóneo de un/a estudiante de ADE debería ser aquella persona que tuviese interés por los aspectos relacionados con el funcionamiento de la empresa y su gestión, poseyendo de antemano algunas de las competencias genéricas establecidas en la tabla 3.2 anterior, como tener facilidad para el análisis de problemas, su diagnóstico y la propuesta de soluciones, capacidad analítica, de síntesis y de relación con el grupo, interés por las cuestiones sociales y políticas, facilidad de comprensión y de abstracción, etc.

Para poder cursar los estudios de ADE se precisa el conocimiento del castellano y/o valenciano y conocimientos básicos de inglés a nivel de enseñanza secundaria.

#### 4.1.3.-Sistemas de información previa a la matrícula.

- (A) Con los centros de enseñanza:

Mantenimiento de una política activa orientada a propiciar los contactos con los Centros de Bachillerato y sus estudiantes, a través de las siguientes actuaciones:

- a) Profesores/as y estudiantes de la Facultad (coordinados por el/la Vicedecano/a de Estudiantes), acuden a los centros y realizan presentaciones de los estudios que se imparten en el Centro.
- b) Organización de las Olimpiadas de Economía, tanto la fase local, como la autonómica y la nacional.
- c) Organización de Primer Concurso Proyecto Empresarial para estudiantes de Ciclos Formativos.
- d) Participación en la “Jornada de Información a los Orientadores” de Institutos y Centros de F.P. dentro del Programa Conéixer de la Universitat.
- e) Participación en las Jornadas Informativas y de Presentación del Centro y de sus Titulaciones a profesores y profesoras de Economía de Institutos y Centros de FP de Valencia y su provincia, dentro del Programa Conéixer de la Universitat.
- f) Organización e impartición de Cursos para Profesores y Profesoras de Instituto en colaboración con el Servei de Formació Permanent.
- g) Revista “Futura” dirigida a Orientadores de Enseñanza Secundaria.
- h) “Petit Futura” publicación que contiene la descripción de las titulaciones, objetivos, perfil y materias.
- i) Visitas guiadas a la Universitat para estudiantes de secundaria.

(B) Con futuros estudiantes y con la sociedad:

- a) Inserciones en prensa y otros medios de comunicación de la convocatoria de asambleas y reuniones informativas.
- b) Web corporativa de la UVEG y de sus Centros (web)
- c) Folleto general corporativo de la UVEG.
- d) Portal “Acceso a la Universidad. Futuros Estudiantes” (web).
- e) Portal del/la alumno/a (web).
- f) Guía Académica de la UVEG.
- g) Delegación para la integración de personas con Discapacidad
- h) Servicio de Información y documentación (DISE), con oficina en el Campus del Tarongers, donde se halla ubicada nuestra Facultad.
- i) Servicio de Estudiantes de la Universitat.
- j) *Información multimedia sobre salidas profesionales por áreas académicas (<http://www.uv.es/opal>)*
- k) Trípticos de las titulaciones que imparte la Facultad y otros folletos informativos en los que se recogen todos los títulos, los programas específicos de doble titulación internacional, la docencia en inglés y los servicios e infraestructura del Campus dels Tarongers y de la propia Facultad.

- l) Web “Guía del/la estudiante de la Facultad de Economía”.
- m) Web del “Estudiante de Programas Internacionales”, elaborada por la Oficina de Relaciones Internacionales de la Facultat d’Economia.
- n) Vídeo de la Facultat d’Economia y de las titulaciones que imparte.
- o) Vídeo de las salidas profesionales por áreas académicas.
- p) Decanato de la Facultad.
- q) Secretaría de la Facultad.

(C) Con los/las estudiantes admitidos en la titulación, antes de la matriculación:

- a) Asambleas informativas en el mes de julio a los/las estudiantes admitidos en la titulación, donde se les proporciona información de los planes de estudio, el proceso de matrícula, la estructura del Campus y del Centro, los servicios de información al/a la estudiante, los programas internacionales y los órganos de representación y participación estudiantil.
- b) Servicio “Infomatricula”, de asesoramiento e información sobre la matrícula, adaptaciones a los nuevos planes de estudio, etc. Se trata de un servicio adicional de apoyo que, de forma desinteresada, ofrecen estudiantes de cursos superiores y miembros del ADR y se lleva a cabo a lo largo de los días de matrícula junto al punto de formalización de la automatrícula.
- c) Portal del/la alumno/a (web): Servicio de información y gestión de los estudios para los/las estudiantes. A través de este servicio el/la alumno/a accede a información académica (asignaturas, grupos, horarios y programas), gestión de su expediente (consulta de cita de matrícula y automatrícula), cambios de grupo y ampliación de matrícula, calificaciones, programas de intercambio, consulta de la solicitud de beca y consulta del proceso de tramitación de los títulos.
- d) “Guía del/la estudiante de la Facultad de Economía”. Con contenidos similares a los del Portal del/la alumno/a, pero con una información más detallada y específica para los/las estudiantes admitidos en las titulaciones de nuestra Facultad.
- e) “Guía del/la estudiante de Programas Internacionales”, elaborada por la Oficina de Relaciones Internacionales de la Facultat d’Economia, con la finalidad de ayudar y orientar a los/las estudiantes de la UVEG y a los/las estudiantes extranjeros a obtener la información mínima necesaria para poder desenvolverse sin problemas a su llegada a la universidad extranjera o a nuestra Facultad.
- f) Servicio de Información y documentación (DISE), con oficina en el Campus del Tarongers, donde se halla ubicada nuestra Facultad.
- g) Servicio de Estudiantes de la Universitat.
- h) Decanato de la Facultad.
- i) Secretaría de la Facultad.

D) Para los Diplomados en Ciencias Empresariales

Además para los Diplomados Universitarios en Ciencias Empresariales se establece un itinerario curricular de formación adicional para la obtención del presente título de Grado. El criterio de admisión será el expediente académico.

### APARTADO 3. SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO.

#### Centro Adscrito: Florida Universitària.

Florida Universitària, consciente de la importancia que conlleva informar al futuro alumnado sobre los diferentes estudios universitarios, viene desarrollando un proceso que propicia información, orientación y asesoramiento en diferentes campos y materias, y que se canaliza de diferentes maneras:

#### a) Información Multimedia.

##### **Web corporativa.**

Para alumnos de nueva incorporación, Florida Universitària ofrece una serie de información de forma telemática, es decir, información incorporada a su página web y redactada específicamente para ellos, que pretende servir de guía a la hora de informar al futuro alumno de los productos formativos y de los servicios que puede encontrar en Florida una vez se incorporen a esta comunidad universitaria.

La información ofrecida es:

- Proceso de admisión: explica los pasos a previos a seguir antes de realizar la preinscripción formal.
- Fecha de inicio y fin de preinscripción, tanto en junio/julio como en septiembre
- Fecha de publicación del listado de admitidos y fecha tope de reclamaciones.
- Fecha de inicio y fin de matriculación, junio/julio como en septiembre
- Información de las titulaciones ofertadas por Florida Universitària. Aquí se incluye tanto la relación de titulaciones como un tríptico virtual descargable e imprimible, con toda la información relacionada con la titulación solicitada, es decir:
  - a. Presentación de la titulación
  - b. Plan de estudios
  - c. Prácticas en empresa y estudios en el extranjero
  - d. Formas de acceso
  - e. Posible continuación a otros estudios
  - f. Salidas profesionales
- Información de todos los servicios con que cuenta Florida y de los que disfrutan los alumnos del centro. Aquí se incluye una relación de los servicios con una explicación de cada uno de ellos.
- Información sobre las ayudas y becas que ofrece Florida a sus alumnos.
- Información sobre el coste de los estudios.

##### **Presentaciones gráficas con información orientativa sobre:**

- El Espacio Europeo de la Educación Superior.
- El sistema de ECTS.

- El plan de estudios de cada una de las titulaciones y sus salidas profesionales.

**b) Información Documental escrita.**

- Guía Informativa sobre Innovación y Estudios Superiores en Florida Universitaria.
- Folletos generales de Florida Centre de Formació.
- Guía Académica de cada Titulación.
- Agenda Universitaria con contenidos referidos a Profesores, Servicios de Florida Universitaria, Becas y Ayudas, y Calendario Académico.
- Revista Florida Oberta, con información actualizada sobre los diferentes estudios superiores, Erasmus, la inserción profesional y la investigación.

**c) Jornadas / Eventos y Asesoramiento**

- Foro Anual de Orientadores de Enseñanza Secundaria. Foro que se organiza desde 1998 con carácter anual, y en el que se encuentran orientadores de los centros de enseñanza secundaria para debatir, compartir experiencias, necesidades, dudas, y enriquecer sus conocimientos y relaciones interpersonales.
- Charlas de orientación a futuros estudiantes, acompañadas de visitas guiadas a Florida Universitaria.
- Sesiones informativas de cada titulación para Centros de secundaria y ciclos formativos.
- Actividades didácticas para la orientación profesional para el alumnado de Centros de secundaria, con el objetivo de acercar al alumnado a la profesión de cada una de nuestras titulaciones:
  - ✓ El día de la Programación
  - ✓ Gymkhana de Economía
  - ✓ Brokermanía
  - ✓ Turisjove
  - ✓ Ponle Rostro a tu futuro.
  - ✓ Florida Tecnológica con exposiciones del área de Ingeniería (domótica, robótica, control numérico, etc.)
- Visitas a Centros de Enseñanza Secundaria para el desarrollo de asesoramiento en orientación o charlas al alumnado sobre Florida Universitaria y el Espacio Europeo de la Educación Superior.
- Charlas de orientación profesional a familias de alumnos de Bachillerato, ofrecidas a través de las AMPAS.
- Jornadas de puertas abiertas, dirigidas a potenciales alumnos y familias.
- Atención personalizada a los alumnos que lo solicitan, por teléfono, e-mail o presencialmente.

Florida Universit aria ha desarrollado a través del Sistema de Garantía Interno de Calidad, una serie de procedimientos que están implicados en la evaluación y mejora de la orientación que se realiza a futuros estudiantes:

#### PR.12.04. CAMPAÑA DIFUSIÓN Y CAPTACIÓN DE ALUMNADO.

Anualmente, Dirección y Marketing establecen los objetivos y elaboran el Plan de Difusión de Florida Universit aria, que contempla: diseño de la campaña de difusión y su planificación en diferentes medios, **actividades de orientación dirigida a futuros alumnos, familias y centros**, presencia en ferias y otras acciones. Las acciones propias de orientación a futuros alumnos se organizan coordinadamente con el área de Enseñanza-Aprendizaje.

El Comité de Garantía de Calidad, al finalizar este proceso y a partir de los documentos generados y de las evidencias recogidas en el documento DOC15.01.02 Informe Análisis de resultados, revisa la eficiencia y la adecuación de las actividades establecidas en el presente proceso así como los resultados obtenidos y propone si así lo considera los cambios y las propuestas de mejora oportunas, esta información se recoge en el documento DOC00.01.08 Evaluación y mejora. Este registro formar  parte de la información inicial básica a utilizar al comienzo de la siguiente anualidad.

La Dirección del Centro rendir  cuentas a todos los grupos de interés implicados en este proceso. Las acciones, la información y las partes interesadas a las que se va a informar, se recogen en el documento DOC00.01.09 Rendición de cuentas.

## **CENTRO ADSCRITO: E D E M**

**4.1.- Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos accesibles de acogida y orientación de los/las estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la universidad y la titulación.**

### **4.1.1.- Vías de acceso**

Estar en posesión del título de bachiller o equivalente y la superación de la prueba a que se refiere el art. 42 de la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades, modificada por la ley 4/2007, de 12 de abril, desarrollado por el Real Decreto 1892/2008 de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas

### **4.1.2.- Perfil recomendado**

Podrán acceder a los estudios de ADE los/las estudiantes que estén en posesión del título de Bachillerato LOGSE en el perfil que establezca la normativa vigente en curso estando a lo dispuesto en el R.D. 1892/2008, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades españolas.

En cuanto al perfil recomendado de un/a estudiante para cursar la mención de Creación y Dirección de Empresas debería ser aquella persona con inquietudes relacionadas con la creación y desarrollo de su propio proyecto empresarial; responsable y con alta capacidad de trabajo e iniciativa; motivada por el trabajo en equipo y en las relaciones sociales; capaz de trabajar en entornos donde se busca la solución de problemas y la toma de decisiones.

Para poder cursar los estudios de ADE se precisa el conocimiento del castellano y/o valenciano y conocimientos de inglés a nivel pre-intermedio B1 según el Marco Común Europeo de Referencia (MCER).



#### **4.1.3.- Sistemas de información previa a la matrícula**

El centro universitario EDEM desarrolla distintas iniciativas para dar a conocer al público interesado todo lo relativo a los estudios oficiales de grado para cada curso académico.

##### **1. Sistemas de información con los centros de enseñanza:**

Mantenimiento de una política activa orientada a propiciar los contactos con los centros de Bachillerato y sus estudiantes, a través de las siguientes actuaciones:

- Profesores/as del centro universitario EDEM acuden a los centros y realizan presentaciones de los estudios que se imparten en el Centro.
- Jornadas de puertas abiertas para que los estudiantes de secundaria visiten el campus y conozcan la mención. Los jóvenes que acuden, bien con su instituto bien con su familia, pueden llevarse en mano un folleto para saberlo todo sobre la mención citada.

##### **2. Con los futuros estudiantes y con la sociedad:**

- Inserciones en prensa y otros medios de comunicación de la convocatoria de asambleas y reuniones informativas.
- Para llegar al gran público, el centro universitario, contratará en junio y septiembre anuncios en la prensa generalista. Además insertará publinreportajes en las principales revistas del sector de la educación, facilitando de manera transparente datos a los medios de comunicación que elaboren guías de universidades, monográficos y rankings.
- Página web con una sección dedicada al futuro alumnado, donde aparece actualizada en castellano, valenciano e inglés la información relacionada con la titulación, la preinscripción, la matrícula, las notas de corte, preguntas frecuentes, entre otra información.
- Folleto general corporativo

##### **3. Con los/las estudiantes admitidos en la titulación, antes de la matriculación:**

- Asambleas informativas en el mes de julio a los/las estudiantes admitidos en la titulación, donde se les proporciona información de los planes de estudio, el proceso de matrícula, la estructura del Campus y del Centro, los servicios de información al/a la estudiante.
- Servicio de asesoramiento e información sobre la matrícula y planes de estudios. Se trata de un servicio adicional de apoyo que, de forma desinteresada, ofrecen estudiantes de cursos superiores y miembros del profesorado y que se lleva a cabo a lo largo de los días de matrícula junto al punto de formalización de automatrícula.

- Portal del/la alumno/a (web): Servicio de información y gestión de los estudios para los/las estudiantes. A través de este servicio el/la alumno/a accede a información académica (asignaturas, grupos, horarios y programas), gestión de su expediente (consulta de citas de matrícula y automatrícula), cambios de grupo, calificaciones, programas de intercambio, consulta de la solicitud de beca y consulta del proceso de tramitación de los títulos.
- Secretaria del centro