



COLUMBUS

INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

Programa Internacional en Administración y Dirección de Empresas. AULA INTERNACIONAL



Estas enseñanzas no conducen a la obtención de títulos académicos oficiales, sino que vienen avalados por el reconocimiento de los organismos públicos y privados en los que trabajan los más de 2.000 alumnos formados en nuestras aulas a lo largo de 16 años de

Gran Vía 22. 50005
Zaragoza (España)
Tel. +34 976 22 77 67
Fax +34 976 21 38 18
columbus@columbusibs.com
<http://www.columbusibs.com>

Contenido

1.	PRESENTACIÓN INSTITUCIONAL.....	3
1.1.	POLITICA EDUCATIVA.....	3
2.	PRINCIPIOS METODOLOGICOS.....	3
3.	PLAN GENERAL DE ESTUDIOS	4
4.	OBJETIVOS DE PROGRAMA.....	4
5.	PROGRAMA GENERAL DE ESTUDIOS.....	5
6.	RELACIÓN DE PROFESORES	5
7.	PLANIFICACIÓN.....	6
7.1.	CALENDARIO GENERAL DEL CURSO 2010-2011.....	6
7.2.	CALENDARIO ACADÉMICO 2010-2011	7
7.3.	HORARIO	7
8.	SÍLABUS ASIGNATURAS.....	8
8.1.	BUSINESS MANAGEMENT: STRATEGY	8
8.2.	MANAGEMENT AND ORGANIZATION	8
8.3.	INTERNATIONAL MARKETING.....	9
8.4.	ESPAÑOL.....	9
8.5.	DIRECCIÓN DE PERSONAL	10
8.6.	DERECHO DE LA EMPRESA	12
8.7.	DIRECCIÓN FINANCIERA.....	14
8.8.	GESTION DE COSTES.....	15
8.9.	PUBLIC RELATIONS	15
8.10.	COMERCIO INTERNACIONAL.....	16
8.11.	PRODUCTION AND QUALITY MANAGEMENT.....	17
8.12.	CREACIÓN DE EMPRESA- PROYECTO.....	17
9.	SISTEMA DE EVALUACIÓN	18
9.1.	PRINCIPIOS GENERALES	18
9.2.	LAS CALIFICACIONES	20
9.3.	QUIÉN EVALÚA	21
9.4.	DECISIONES DE PROMOCIÓN	21
10.	TUTOR.....	22
11.	DELEGADO DE CLASE.....	23
12.	REGIMEN INTERNO.....	23
13.	NORMAS INTERNAS DE COMUNICACIÓN ACADÉMICA.....	25

14.	INSTALACIONES.....	26
15.	OPCIONES TRAS FINALIZAR EL AULA INTERNACIONAL.....	27

1. PRESENTACIÓN INSTITUCIONAL

COLUMBUS es una institución docente privada, cuyas principales finalidades son la mejora profesional, inserción o rotación laboral de sus alumnos y el desarrollo de acciones de dimensión social y empresarial.

Es miembro de OPEU (Organization of Privates European Universities and Business Schools) con socios en países miembros de la U.E. y desarrolla programas de estudios conjuntos con instituciones académicas de Asia, América y Europa.

COLUMBUS-I.B.S. está homologado por el Gobierno de Aragón para impartir sus programas formativos de Formación Profesional de Grado Superior y del Plan de Formación para el Empleo.

El Sistema de Gestión de Calidad de I.B.S. está certificado por DNV, conforme a la Norma ISO 9001:2000.

1.1. POLITICA EDUCATIVA

Para conseguir sus objetivos, *Columbus* desarrolla su actividad formativa basándose en los siguientes principios:

- El desarrollo personal y profesional de sus alumnos.
- El respeto a las normas éticas y cívicas en todas las actuaciones y comportamientos.
- La capacitación de sus estudiantes para el ejercicio profesional en el entorno nacional e internacional.
- La educación en el liderazgo, el trabajo en equipo y la eficiencia en la toma de decisiones.

2. PRINCIPIOS METODOLOGICOS

- Objetivos claramente definidos.
- Desarrollo de la capacidad integral del alumno.
- Aplicación del conocimiento para la toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Disponibilidad de la mayor cantidad y calidad de recursos posibles.
- Enseñanza basada en la experiencia práctica.
- Trabajo en equipo, comunicación y liderazgo.
- Desarrollo de la voluntad, el respeto, la eficiencia y la autoexigencia.

3. PLAN GENERAL DE ESTUDIOS

El Plan de estudios se articula desde un conjunto de asignaturas que permiten al alumno obtener el título propio y privado (no oficial por la Universidad Española) de Columbus GRADUADO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS cuando se alcanzan 180 créditos ECTS (3 cursos completos de formación superior).

O el diploma: PROGRAMA INTERNACIONAL EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (AULA INTERNACIONAL), cuando el alumno no acredita los 180 créditos necesarios.

Las peculiaridades de este programa son las siguientes:

- Las asignaturas se imparten en **inglés y español** (40/60).
- Los grupos son **reducidos**.
- Tiene una **orientación práctica**, basada en la realidad empresarial.
- El objetivo de todo el curso es la **creación de una empresa**.
- Comprende **prácticas en empresas** para aquellos alumnos que permanezcan al menos un curso académico y tengan un nivel de español suficiente
- Los **profesores son profesionales** de la empresa privada, sin dedicación exclusiva a la docencia.

4. OBJETIVOS DE PROGRAMA

Las asignaturas y prácticas realizadas durante el curso, así como la metodología docente, están articuladas para desarrollar en los alumnos la aptitud para el ejercicio profesional en funciones directivas y/o ejecutivas, de forma inmediata a la terminación de sus estudios, así como diseñar un **Proyecto de empresa**.

Por encima del simple aprendizaje de conocimientos, el plan de estudios pretende que los alumnos lleven al plano práctico la aplicación de los mismos, desde la base de una sólida formación integral, personal y profesional.

Al finalizar la carrera, los alumnos estarán capacitados para, en el marco de cualquier organización empresarial:

- Aplicar métodos precisos en la toma de decisiones;
- Elaborar y aplicar procedimientos eficaces;
- Definir y ejecutar los sistemas de trabajo adecuados;
- Establecer y mantener las relaciones laborales correctamente;
- Planificar y aplicar los controles de calidad necesarios;
- Desarrollar los procesos para la internacionalización de las empresas dentro de las funciones de dirección, que permitan conseguir los objetivos empresariales de las futuras organizaciones a las que pertenezcan.

5. PROGRAMA GENERAL DE ESTUDIOS

El programa de estudios en Columbus permite estudiar en Inglés y Español .

<ul style="list-style-type: none"> - Internacionalización de la empresa - Aplicación profesional en prácticas de empresa - Creación de un Proyecto empresarial 			
ASIGNATURAS 1º CUATRM	ECTS	ASIGNATURAS 2º CUATRM	ECTS
Estructura Económico Financiera	4,5	Production And Quality Management (E)	4,5
International Marketing (E)	6,0	Gestión De Costes	4,5
Strategic Management (E)	6,0	Public Relations (E)	4,5
Dirección De Recursos Humanos	4,5	Comercio Internacional	4,5
Derecho De La Empresa	4,5	Proyecto De Empresa	7,5
Español Comercial	4,5	Español-Ingles	4,5
		Management And Organization (E)	4,5
30			34,5

(E) In English

Existe la posibilidad de realizar Prácticas en Empresas, siempre y cuando el alumno tenga un nivel de español suficiente.

6. RELACIÓN DE PROFESORES

1er CUATRIMESTRE

ASIGNATURAS	PROFESOR
ESTRUCTURA ECONÓMICO FINANCIERA	CARLOS GIMENO
INTERNATIONAL MARKETING	CARMEN URBANO
STRATEGIC MANAGEMENT	FERNANDO PASCUAL
DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	Mª JESÚS LORENTE
DERECHO DE LA EMPRESA	ROSA ALCAIDE
ESPAÑOL COMERCIAL	ROSA GUERRI

2º CUATRIMESTRE

CREACIÓN DE EMPRESAS	CARLOS GIMENO
MANAGEMENT AND ORGANIZATION	MIGUEL ANGEL ANIA
GESTIÓN DE COSTES	MARTA MANZANERA
COMERCIO INTERNACIONAL	RUTH ABUIN
ESPAÑOL COMERCIAL	ROSA GUERRI
PUBLIC RELATIONS	ISABEL RIO
PRODUCTION AND QUALITY MNG	FERNANDO PASCUAL

7. PLANIFICACIÓN

7.1. CALENDARIO GENERAL DEL CURSO 2010-2011

(Provisional)

MES	DIA/s	OBSERVACIONES
Agosto		
Septiembre	20	Inicio Curso Intensivo de Español comercial (optativo)
2010		
Octubre	1	Fin Curso intensivo de Español comercial
2010	4	Presentación del curso, a las 15.30 horas
	4	Inicio trimestre
	9-12	Fiestas del Pilar
Noviembre		
2010	1	Fiesta de "Todos los Santos"
Diciembre		
2010	6, 7 y 8	Fiesta. Puente de la Inmaculada
	22 dic. tarde/ 6 enero	Vacaciones de Navidad
Enero		
2011	10	Reanudación de las clases
	10-19	Exámenes finales 1er cuatrimestre
Febrero		
2011	1	Inicio 2º trimestre
	4	Día no lectivo
Marzo		
2011	4-5	Fiesta local
Abril		
2011	16 abril al 25 de abril	Semana Santa
Mayo		
2011	1-2	Fiesta del Trabajo
	3-14	Exámenes finales 2º trimestre
	14	Fin 2º trimestre
	16-20	Recuperaciones 1er parcial
	30 mayo/4 de junio	Recuperaciones 2º parcial

NOTA: Los datos descritos en este calendario pueden ser modificados por las siguientes situaciones: calendario oficial del Gobierno aún no publicado, o por motivos justificados que vayan en beneficio de la mejora en el desarrollo del curso.

7.2. CALENDARIO ACADÉMICO 2010-2011

Los criterios seguidos para elaborar los calendarios de los distintos cursos han sido los siguientes:

a) Períodos lectivos

CURSO	PROGRAMA	PERIODO LECTIVO	OBSERVACIONES
Aula Intern.	AI	Desde 4-OCT-010 al 4-jun- 10	

b) Actividad Académica: Calendario y Horarios

Con objeto de proporcionar el mejor servicio a los estudiantes, facilitar el correcto funcionamiento del Centro y favorecer las actividades laborales de estudiantes y profesores, se establecen las siguientes bandas horarias:

CURSO	BANDA HORARIA	ACTIVIDAD
AI	9.00 a 15.00 H	Clases especiales y/o complementarios y seminarios. Prácticas
	15.00 a 22.00 H	Clases ordinarias. Final de clase, según programa.

Estas bandas horarias podrán ser modificadas en situaciones no previstas o por motivos justificados que vayan en beneficio de la mejora en el desarrollo del curso.

7.3. Horario

(pendiente de revisar)

HORARIO PRIMER CUATRIMESTRE CURSO 2010-11

DIA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
16.00-18.25	DERECHO DE LA EMPRESA	ESPAÑOL	DIRECCIÓN DE PERSONAL	STRATEGIC MANAGEMENT	
18.30-21.00		INTERNATIONAL MARKETING	ESTRUCTURA FINANCIERA		

HORARIO SEGUNDO CUATRIMESTRE CURSO 2010-11

DIA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
16.00-18.25	PUBLIC RELATIONS	ESPAÑOL	CREACIÓN DE EMPRESAS	COMERCIO INTERNACIONAL	
18.30-21.00	PRODUCTION AND QUALITY MANAGEMENT	MANAGEMENT AND ORGANIZATION		GESTIÓN DE COSTES	

8. SÍLABUS ASIGNATURAS

A continuación se relacionan los contenidos de las asignaturas troncales. Estos contenidos podrán modificarse de acuerdo a las exigencias de Reconocimiento de Créditos de las Universidades y Escuelas de Negocios asociadas.

8.1. BUSINESS MANAGEMENT: STRATEGY

Semestre: primero

Número de Créditos: 6

COURSE DESCRIPTION

The development of the subject is based in three basic parts: environment analysis (study of the economy development, sector evolution and competitors analysis), study of appliances that identify both the global company and each of its independent business, and finally, description and development of the generic proceeding strategies.

CHAPTERS

- 1.- The Concept Of Strategic Management.
- 2.- Environment Analysis.
- 3.- Information And Factors Of The Environment.
- 4.- Competitive Advantages.
- 5.- Implantation And Evolution Of Strategies.
- 6.- Internal Analysis Of The Organization.
- 7.- The Process Of Strategic Reflexion.
- 8.- Strategies Of The Business Units.
- 9.- Functional Strategies.
- 10.- Basic Concepts Of Management.
- 11.- Management Theories.
- 12.- Strategic Point Of View Of Management.

8.2. MANAGEMENT AND ORGANIZATION

Semestre: segundo

Número de Créditos: 4,5

COURSE DESCRIPTION

This subject approaches the basis of the organisation conduct management based on the principle of productivity and the adequate work atmosphere.

CHAPTERS

- 1.-The Nature of Management
- 2.- The Evolution of Management Thought
- 3.- Managerial Environments
- 4.- Decision Making and Problem Solving
- 5.- Organizational Planning
- 6.- Creating Organizational Structure
- 7.- Organizational Design and Structure
- 8.- Managing Change

- 9.- Understanding Teams
- 10.- Leadership and Management
- 11.- Communication and Interpersonal Skills
- 12.- Control: The Linking Function
- 13.- Management in a Global Environment

8.3. INTERNATIONAL MARKETING

Semester: primero

Número de Créditos: 6

COURSE DESCRIPTION:

The development of this subject concentrates on the study of marketing conditions, demand, consumers, market groups, competitors and international environment, as well as international policy of products and services, price, impulsion and distribution. It is summarized in the strategic planning of International Marketing, that is to say, to detect business opportunities and to analyse products position, services and enterprises in international context.

CHAPTERS

1. Introduction And Basic Notions.
2. The Marketing Plan. First Approach.
3. Management And Practice Of International Marketing.
4. Marketing Research. International Approach.
5. International Marketing Organization.
6. Market Groups. Positioning and Segmentation.
7. International Policy Of Products.
8. Price Policy. Determinants And Procedures.
9. Distribution Decisions. Method, Means and Structure.
10. International Marketing Promotion.
11. Impulsion Policies: Communication Mix.
12. The Marketing Plan. Second Approach.

8.4. ESPAÑOL

Semestres: primero y segundo

Número de créditos: 9

OBJETIVO

Que el alumno, al finalizar el curso, sea capaz de:

- desenvolverse en un ambiente de negocios internacional en idioma ESPAÑOL/FRANCES
- dominar el vocabulario y conceptos básicos para entender el contenido del programa de Columbus-IBS que va a realizar, así como
- emplear el FRANCES/español de manera correcta y fluida cuando realice sus prácticas en la empresa.

8.5. DIRECCIÓN DE PERSONAL

Semestre primero

Número de créditos: 4,5

OBJETIVOS

General:

Una adecuada gestión de personal en el Área de Recursos Humanos exige el conocimiento de distintas técnicas de gestión, así como de los parámetros legales que regulan las relaciones laborales.

Con esta asignatura se pretende que el alumno al finalizar el curso pueda abordar con garantía la gestión de los Recursos Humanos de una empresa.

Específicos:

- Capacitar al alumno para llevar a cabo una selección de personal.
- Capacitar al alumno para gestionar un programa de formación en la empresa.
- Mostrar campos sobre los que las empresas proponen políticas concretas para motivar a sus empleados al margen de los incentivos económicos
- Capacitar al alumno para reconocer y utilizar adecuadamente las distintas modalidades de contratación vigentes.
- Capacitar al alumno para analizar las distintas situaciones que se pueden producir durante la relación laboral y tomar la decisión adecuada
- Capacitar al alumno para inscribir y dar de baja a una empresa en la Seguridad Social; afiliarse, dar de alta y de baja a un trabajador; así como, familiarizar al alumno con los distintos impresos que se utilizan en la Administración Pública.

* Proporcionar al alumno los conocimientos básicos del salario.

METODOLOGÍA

Para lograr los objetivos marcados en esta asignatura se va a utilizar una metodología variada y participativa que propicie una aplicación práctica y real de los conocimientos adquiridos en cada una de las unidades didácticas.

Con este fin, los recursos didácticos que van a ser utilizados serán diversos (pizarra, transparencias, role-playing, casos, simulaciones,...) y servirán como base a la aplicación combinada de métodos explicativos, demostrativos y activos, haciendo especial hincapié en estos dos últimos. Todo ello conducente a una enseñanza concreta, progresiva y estructurada, que sea activa, participativa, variada y reforzada, sin menoscabo de ser una enseñanza orientada y personalizada a las características de todos y cada uno de los alumnos.

Por ello, las clases se estructurarán de la siguiente manera: al principio de la sesión se expondrán los principales conceptos teóricos para pasar a un posterior análisis de casos prácticos que reflejen en la realidad empresarial esos conocimientos explicados y a la vez sirvan de base de discusión de determinados aspectos relevantes y específicos del tema.

CONTENIDOS

TEMA 1.Introducción a la gestión de RR.HH.

1.- Empresa y función de personal.

2.- Funciones de la Dirección de RR.HH.

- 3.- Organización y empresa.
- 4.- La estructura de la empresa.
- 5.- La cultura de la organización.
- 6.- Práctica.

TEMA 2. Funciones instrumentales en la gestión de Recursos Humanos.

- 1.- Introducción.
- 2.- Los sistemas de información sobre Recursos Humanos
- 3.- Los sistemas de valoración de puestos de trabajo.
- 4.- Los sistemas de evaluación del rendimiento.
- 5.- Práctica.

TEMA 3. Captación de personal.

- 1.- Introducción.
- 2.- El proceso de captación.
- 3.- El proceso de Reclutamiento.
- 4.- El proceso de selección.
- 5.- El proceso de socialización.
- 6.- Técnicas de selección.
- 7.- Evaluación del proceso de captación.
- 8.- Práctica.

TEMA 4. Capacitación de los recursos humanos

- 1.- Introducción.
- 2.- Los tres ámbitos de la capacitación:
La formación en conocimientos
El desarrollo de habilidades.
El adoctrinamiento en valores.
- 3.- El proceso de capacitación.
- 4.- Las técnicas de capacitación.
- 5.- Evaluación del proceso de capacitación.
- 6.- Práctica.

TEMA 5. Motivación del personal.

- 1.- Introducción.
- 2.- El concepto de motivación.
- 3.- Los sistemas de retribución.
 Los salarios fijos
 Los salarios variables
- 4.- Los incentivos no dinerarios.
- 5.- Evaluación de las políticas de motivación.
- 6.- Práctica.

TEMA 6. Comunicación empresarial.

- 1.- El proceso de comunicación.
- 2.- La comunicación en el grupo y en la empresa.
- 3.- Flujos de comunicación.
- 4.- Comunicación formal e informal.
- 5.- Distorsiones de la comunicación.
- 6.- Práctica.

TEMA 7. Administración de los Recursos Humanos.

- 1.- Altas/bajas y variaciones de datos de los trabajadores.
- 2.- Modalidades de contratación laboral.
- 3.- El recibo de salarios.
- 4.- La cotización a la Seguridad Social.
- 5.- La extinción de la relación laboral
- 6.- Práctica.

TEMA 8. Prevención de Riesgos Laborales en la Empresa.

- 1.- Introducción.
- 2.- Obligaciones relacionadas con la organización y condiciones de trabajo.
- 3.- Obligaciones del empresario con respecto a los trabajadores.
- 4.- Obligaciones de organización de la prevención en la empresa y su integración en la estructura organizativa de la misma.
- 5.- Derechos y deberes con otras empresas: Obligaciones en los supuestos de concurrencia de varias empresas.
- 6.- Responsabilidades por incumplimiento de la normativa de Prevención de Riesgos Laborales.

8.6. DERECHO DE LA EMPRESA

Semestre: Primero

Número de créditos: 4,5

OBJETIVOS

El objeto de la asignatura es introducir al alumno en el conocimiento de las obligaciones y sus fuentes, y en especial en todo lo referente a los distintos tipos de contratación Mercantil, incidiendo en lo relativo al Empresario individual, Empresario persona jurídica, los títulos y valores y la contratación Mercantil. El alumno recibirá nociones básicas de Derecho Fiscal y Derecho Laboral.

METODOLOGÍA

Se hará hincapié en los casos prácticos que el alumno deberá trabajar bien de modo individual, bien en grupo, tanto en el aula como fuera de ella, con la finalidad de lograr una completa interacción entre la consecución de la teoría y la realidad Mercantil. De igual forma, deberán elaborar un trabajo del cuatrimestre que acerque a los alumnos al complejo de la Empresa y a los abusos que se hacen del concepto de la persona jurídica.

CONTENIDOS

I. CONCEPTO, CONTENIDO Y FUENTES DEL DºMERCANTIL. EL EMPRESARIO Y LA EMPRESA.

SESIÓN 1. Derecho Mercantil: concepto y fuentes.

1 Concepto. 2 Evolución histórica: a) Baja Edad Media, b) Edad Moderna, c) Edad Contemporánea, d) Época actual. 3 La legislación mercantil: actos de comercio (artículo 2 del Código de Comercio) y factores de comercialización del Derecho Mercantil. 4 Contenido. 5 Fuentes: a) introducción, b) relación derecho común- dºmercantil, c) leyes mercantiles, d) usos de comercio.

SESIÓN 2. El empresario mercantil.

1. Empresario: concepto y clases. 2 Empresario individual: requisitos para ser comerciante.

SESIÓN 3. El empresario mercantil (II).

1. Ejercicio del comercio por persona casada. 2. Responsabilidad de los bienes gananciales en las obligaciones contraídas por el cónyuge comerciante.

SESIÓN 4. El concepto de negocio del empresario.

1. Noción y naturaleza del negocio. 2. Venta del negocio. 3. Hipoteca sobre el establecimiento mercantil. 4. Arrendamiento del negocio. 5. Usufructo del negocio.

II. REGULACIÓN DE LA COMPETENCIA. EL DERECHO INDUSTRIAL Y LA PROTECCIÓN DE LOS SIGNOS DISTINTIVOS DE LA EMPRESA.

SESIÓN 5.

La defensa de la competencia: 1. Prácticas restrictivas o abusivas: a) conductas prohibidas; b) abuso de posición dominante; c) falseamiento de la libre competencia por actos desleales. 2 Sanciones. 2 Competencia desleal: ámbito; actos concretos de competencia desleal.

SESIÓN 6. Derecho Industrial.

Patentes: a) concepto, b) requisitos, c) invenciones no patentables, d) el derecho a la patente, e) obligaciones, f) circulación, g) licencia, h) extinción, i) las creaciones industriales en el Derecho Internacional.

SESIÓN 7. Los signos distintivos.

1. Función, clases y régimen legal (nacional y comunitario). 2. Marcas: a) Concepto, concepto, b) clases, c) derecho comunitario, d) duración, e) cesión y licencia, f) extinción. 3 El nombre comercial y el rótulo de establecimiento.

III. DERECHO DE SOCIEDADES.

SESIÓN 8. El empresario social.

1. El contrato de sociedad: elementos y consecuencias del contrato. 2 Tipos de sociedad según la ley: formas sociales típicas. 3 Formalidades de constitución. 4 Sociedades irregulares. 5. Personalidad jurídica: teoría del levantamiento del velo. 6 Sociedades de hecho. 7 Denominación social, domicilio y nacionalidad de las sociedades.

SESIÓN 9. El capital social. Fundación de la sociedad. Los dividendos pasivos.

1. Concepto y caracteres. 2 El capital social: principios rectores. 3 Fundación: escritura pública y los estatutos. 4 Sociedad irregular. 5 Régimen de las aportaciones sociales. 6 Los dividendos pasivos: consecuencias del incumplimiento.

SESIÓN 10. Las acciones.

1 Concepto. 2 Representación de la acción. 3 Derechos del accionista. 4 Transmisión de acciones: limitaciones. 5 Derechos reales sobre acciones: copropiedad y usufructo.

V. CONTRATACIÓN MERCANTIL

SESIÓN 11. Obligaciones y contratos mercantiles.

1 Introducción. 2. Especialidades del régimen de los contratos mercantiles: a) perfección, b) contratos entre ausentes, c) prueba, d) interpretación. 3. Las condiciones generales de la contratación y las cláusulas abusivas en contratos de consumo

SESIÓN 12. Contratos de colaboración y distribución.

1. El contrato de agencia. 2 El contrato de concesión mercantil y el de franquicia. 3 El contrato de mediación o corretaje. 4. El factoring.

SESIÓN 13. La compraventa mercantil.

1 Concepto legal. 2 Requisitos. 3 Contenido del contrato: obligaciones del vendedor y del comprador.

SESIÓN 14. Contratos especiales de compraventa.

1 Compraventa a plazos. 2 El suministro. 3 El contrato estimatorio. 4 El arrendamiento financiero.

SESIÓN 15. Los contratos de préstamo y cuenta corriente mercantil.

1. El préstamo: concepto, clases, contenido. 2 El contrato de cuenta corriente mercantil.

SESIÓN 16. Los contratos bancarios.

1. Características y elementos. 2. El contrato de cuenta corriente bancaria. 3. La transferencia bancaria. 4. Las tarjetas de crédito. 5. El préstamo bancario. 6. El descuento bancario. 7. Los créditos documentarios.

8.7. DIRECCIÓN FINANCIERA

Semestre: primero

Número de créditos: 4,5

OBJETIVOS:

La asignatura aborda el estudio de los balances, permitiéndole descifrarlo y entenderlo, conocer cómo se generan los beneficios o pérdidas en un período de tiempo, su cálculo y análisis. Los estudiantes conocerán la composición de los activos de una empresa durante un período de tiempo, tipos de inversión, si la empresa ha acometido la fase de expansión o está en recesión; dominarán los movimientos de tesorería así como el abanico de las informaciones contables que se presentan. Conocerán las técnicas para investigar, a través de información contable, causas y efectos en la gestión de la empresa y predicción del desarrollo futuro. Analizarán la capacidad de la empresa en atender a sus compromisos a corto plazo, midiendo activo, liquidez, etc. Se estudian los diferentes ratios circulantes que miden la liquidez o solvencia de la empresa para satisfacer las deudas a largo plazo y se analizan los componentes de los resultados, con las variaciones en el tiempo y consecuencias derivadas.

CONTENIDOS:

Tema 1- Los Estados Financieros: El Balance

Tema 2- Los Estados Financieros: La Cuenta De Resultados

Tema 3- Los Estados Financieros: El Estado De Origen Y Aplicacion De Fondos

Tema 4- Los Estados Financieros: El Estado De Tesoreria

Tema 5- Los Estados Financieros: Las Notas A Los Estados Financieros O Memoria

Tema 6- Objetivos Y Metodos Del Analisis De Estados Financieros

Tema 7- Analisis De La Situacion Financiera A Corto Plazo (I)

Tema 8- Analisis De La Situacion Financiera A Corto Plazo (II)

Tema 9- Analisis De La Situacion Financiera A Largo Plazo

Tema 10- Analisis De Los Resultados

8.8. GESTION DE COSTES

Semestre: segundo

Número de créditos: 4,5

OBJETIVOS

Facilitar el conocimiento del cálculo de los costes de productos y servicios, así como la obtención de otras magnitudes que contribuyan a la obtención de decisiones en el ámbito interno de la empresa.

METODOLOGÍA

La asignatura se impartirá desde un análisis práctico, desarrollándose a partir de la bibliografía señalada.

CONTENIDOS

PARTE I: INTRODUCCION

La Contabilidad de Costes.

La Actividad Productiva.

La Contabilidad de Costes: conceptos y objetivos.

Clasificación de los Costes

Fases de Cálculo de Costes.

Modelos de Cálculo de Costes.

Full cost versus direct cost

Elementos formativos del Coste.

Coste de Materiales.

Mano de Obra Directa.

Costes Indirectos.

PARTE II: MODELOS DE SISTEMAS DE COSTES

Sistema de costes por órdenes de fabricación.

Sistema de costes por procesos.

Producción conjunta.

Costes Estándar

8.9. PUBLIC RELATIONS

Semestre segundo

Número de Créditos: 4,5

GENERAL DESCRIPTION

This course introduces the students to the subject of Public Relations, its purpose, background and the company's image and identity. More specifically: this course focuses on the concepts of Image and Identity, their meaning for companies and for the individual, and how to influence their relation. Emphasis is on the practical use of these concepts.

COURSE OBJECTIVES

1. To introduce the subject of Public Relations, its use and its place in the organization
2. To know and use the concepts of image & identity, both for corporate and for commercial uses
3. To understand the differences between PR and promotion.

CONTENT

- Lesson 1 Public Relations – introduction; Difference between PR & Promotion
- Lesson 2 Tools for measuring image & identity
- Lesson 3 House Style: tools & tips for creating a house style, and what to look at when you employ a designer.
- Lesson 4 The Primary Duties of a PR Consultant.
- Lesson 5 The personal I&I of a manager.
- Lesson 6 Measuring change of image – preparing for the Multinational Cultural Evening.
- Lesson 7 What comes first? Exercising image improvement.
- Lesson 8 Exercising the Multinational Cultural Event.
- Lesson 9 Evaluation of the Multinational Cultural Evening (19.1.2006)
- Lesson 10 Exam preparations
- Lesson 11: Exam Image & Identity

8.10. COMERCIO INTERNACIONAL

Semestre segundo

créditos: 4,5

OBJETIVO

En este curso los alumnos se capacitan para la planificación y gestión comercial internacional, conociendo de forma práctica los fundamentos para la internacionalización, el proceso de contratación, la problemática del transporte internacional y los medios de pago.

CONTENIDOS:

Tema 1. Introducción:

Internacionalización Como Alternativa De Negocio.

La Decisión De Exportar. Agentes Económicos. Comercio Exterior.

Tema 2. Análisis Del Comercio Exterior Español.

Contratación Internacional:

Tipos De Contratos Internacionales. El Contrato De Compra-Venta Internacional. Cláusula Arbitral Recomendada. Esquema De Cláusulas Esenciales Del Contrato. Modelo De Contrato De Compra-Venta Internacional.

Tema 3. Transporte Internacional:

Objetivos Y Metodología De Los Incoterms. Escandallo De Costes De Transporte. Supuestos De Hecho.

Tema 4. Fundamentos De Derecho.

Reparto De Obligaciones: Comprador Y Vendedor. Relación De Incoterms, Siglas Y Traducción.

Localización Del Riesgo Según La Cláusula Elegida. Trámites Tributarios. Declaración Censal.

Inscripción En El Registro De Exportadores. Iva: Exenciones, Entregas Comunitarias Y Deducciones.

Arancel De Aduanas: Taric, Nomenclatura Combinada.

Tema 5. Medios De Pago:

Pago Anticipado. Reposición De Fondos. Gestión De Cobro De Documentos. Crédito Documentario.

8.11. PRODUCTION AND QUALITY MANAGEMENT

Semestre: segundo

créditos: 4,5

DESCRIPTION OF THE COURSE:

This module provides the students with essential knowledge for an adequate quality management applied to production development. It also includes the study of ISO 9000 Standard.

CONTENTS:

- Introduction
- Historical background
- Quality Management concepts
- Quality tools
- TQM Model
- Policy Management
- Problem Management
- Process Management
- ISO Standard Quality System

8.12. CREACIÓN DE EMPRESA- PROYECTO

Semestre: segundo

créditos: 7,5

OBJETIVOS:

- Aprender a emprender, desarrollando una metodología práctica para diseñar planes de empresa.
- Identificar las estrategias de creación y gestión de empresas con base en la innovación (tecnológica, de formación, de calidad, financiación e internacionalización), como clave de la competitividad.
- Realizar una aproximación a herramientas, alternativas de financiación y el marco jurídico en que se desenvuelve la gestión de la innovación empresarial.

CONTENIDOS:

Primera parte, Sumario de materias:

- El itinerario emprendedor
- La idea de negocio
- El plan de empresa:
 - Presentación de la idea
 - Estudio de mercado
 - Plan de marketing
 - Organización interna
 - Análisis económico-financiero
 - Fuentes de financiación (*)
 - Constitución y puesta en marcha de una empresa (**)
 - Validación del plan de empresa
 - Documentación, paso a paso, del proceso de puesta en marcha (**).

Segunda parte de la asignatura

- Sumario de materias:
- La creación de empresas como factor estratégico del desarrollo económico.
- La innovación como factor estratégico en la competitividad de las pymes.
- Estrategias y herramientas de apoyo a la creación de empresas (***)
- Estrategias y herramientas de apoyo a la innovación.
- La Protección jurídica de la creación de empresas y el entorno europeo de las mismas.

Fomento de la innovación y participación de la Pyme en el VI y VII Programa Marco.

La Pyme en la Sociedad del Conocimiento.

Las redes europeas de creación de empresas y de innovación.

Iniciativas Comunitarias de apoyo a los emprendedores

9. SISTEMA DE EVALUACIÓN

9.1. Principios generales

Se presenta a continuación un resumen del sistema de evaluación del programa. Para más información puede leer el Sistema General de Evaluación que rige en COLUMBUS, y que puede encontrar en la página web de la Escuela.

Artículo 1. La evaluación del aprendizaje del alumnado será **continua**, desde el primer día de clase, hasta el último; **personalizada**, ya que ha de tener en cuenta las capacidades, destrezas y actitudes del alumno, así como la adquisición específica para cada estudiante de las capacidades terminales; **integradora**, en cuanto exige tener en cuenta las capacidades generales establecidas por el programa, a través de los objetivos de las distintas áreas o módulos.

Artículo 2. La asistencia a clase es obligatoria. Como norma general el alumno debe asistir al 80% de las sesiones. De no llegar a este indicador, y según el criterio del profesor, perderá el % del valor de la evaluación continuada, o simplemente obtendrá un NO APTO en el módulo.

El alumno deberá, en todo momento, aportar justificante. El profesor, si considera que la justificación es adecuada, podrá exigir un trabajo complementario por las horas de no asistencia con el objeto de que el alumno estudie los contenidos no trabajados o la realización de un examen para comprobar que los alumnos han adquirido las competencias esperadas.

Artículo 3. Los criterios y procedimientos de evaluación aplicados por los profesores tendrán como referencia inmediata los criterios de evaluación establecidos para cada área o módulo.

Artículo 4. Las **pruebas de Evaluación** podrán consistir, además de los *exámenes* y *controles* propuestos en cada evaluación donde se demuestre el grado de consecución de las capacidades involucradas, en *la realización de prácticas*, *la participación*, *la presentación de trabajos*, *la asistencia a clase* y *la valoración personal* del alumno por parte del profesor.

El profesor/a podrá establecer su propio sistema de evaluación, siendo los criterios generales los siguientes:

- Examen o trabajo final: hasta el 50% de la calificación final.
- Valoración continua: controles intermedios, trabajos, asistencia, participación y valoración personal del alumnos: hasta el 100%

De tal manera, la calificación final de un alumno NUNCA podrá basarse exclusivamente en un examen o trabajo final, sino en el resto de indicadores.

Adicionalmente, la Dirección del programa podrá establecer un examen final oral a aquellos alumnos que no hayan demostrado una calificación media de todos los módulos superior a 5,5 puntos. Dichos exámenes orales serán públicos y podrán afectar a la calificación media final del programa.

En cualquier caso, todo examen oral que se realice en cualquier curso será público.

Artículo 5. El lugar, hora de inicio, duración y materia que comprende un examen final, será hecha pública por el Centro, al menos con diez días hábiles de antelación a su celebración, en el tablón de anuncios. La modificación de la fecha de examen o prueba de evaluación con carácter individual la pueden solicitar los estudiantes cuando existan causas justificadas suficientes, fijándose la nueva fecha por acuerdo entre el profesor y el estudiante interesado. La alegación por el estudiante de que el día de la semana señalado para el examen o prueba de evaluación es de descanso para él por razón de su confesión religiosa, será válida cuando la hagan constar durante el primer mes de curso, por escrito dirigido al Director del Centro, consignando los días inhábiles para la celebración de exámenes o pruebas de evaluación con carácter individual, sin que tal escrito deba ir acompañado de justificación documental.

Artículo 6. El profesor responsable de una materia deberá hacer pública la calificación final, respetando las exigencias del Calendario Académico en lo que se refiere a la fecha de entrega de actas. La calificación se publicará el mismo día de su recepción por la Secretaría del Centro en el tablón de anuncios.

Artículo 7. En el supuesto de que la calificación esté próxima al 5,00, el profesor puede solicitar un trabajo adicional al alumno para que éste pueda llegar al apto.

Artículo 8. El plazo para solicitar la revisión de exámenes será de 7 días hábiles tras la publicación de la calificación. La revisión se realizará en un máximo de 15 días tras la solicitud. El profesor remitirá a los servicios administrativos del Centro, las modificaciones de las calificaciones, si las hubiere, una vez realizada la revisión de exámenes.

Artículo 9. Las actas de las calificaciones finales estarán bajo la custodia del Secretario del Centro.

Artículo 10. La superación del programa “Aula Internacional” requerirá la **evaluación positiva en todos los módulos** o asignaturas que lo componen o en su defecto la superación de 60 créditos.

Artículo 12. Sobre las convocatorias. Como norma general, existirán dos convocatorias por módulo o asignatura, una ordinaria y otra extraordinaria, salvo que se establezca en la guía académica sólo una convocatoria. El alumno que no asista a la ordinaria o extraordinaria, perderá la convocatoria de evaluación. Aún así, el alumno podrá solicitar una convocatoria

“de gracia” explicitando los motivos por los que no ha podido asistir o ha suspendido la evaluación, los cuales deberán ser lo suficientemente justificadores (por ejemplo, fallecimiento de un familiar, o enfermedad del alumno).

La decisión de que un alumno no acceda a la convocatoria extraordinaria, si la hubiere, se adoptará en el caso de que el alumno haya abandonado los estudios injustificadamente (si no ha alcanzado la asistencia del 40% de las sesiones), o no haya superado el índice de asistencia obligatoria (80% de las sesiones) sin justificación de las ausencias.

Por tanto, aunque no se contemplan expresamente la recuperación, de producirse, será por una causa muy justificada y previa autorización del Jefe de Estudios y consentimiento del coordinador y el profesor de la materia. Exigirán la resolución correcta de un caso práctico, un examen, o el desarrollo de un trabajo complementario, en los plazos que se fijen.

El módulo de Creación de Empresas constará **sólo de una convocatoria** (en fecha que será comunicada oportunamente) y determinará la superación o no del programa para los alumnos. En caso de no reunir los requisitos exigidos para la obtención del mencionado título o no entregar el proyecto, los alumnos deberán solicitar por escrito a la Dirección una convocatoria extraordinaria de “gracia” para presentar y defender su proyecto en segunda convocatoria en un plazo máximo de 30 días hábiles, si su solicitud es aceptada. Es necesario especificar las razones del por qué no han entregado el trabajo o no ha reunido las condiciones para el Apto. La convocatoria extraordinaria de proyecto conllevará el abono de las tasas académicas que se establezcan para el curso académico.

Artículo 13. El alumno que no apruebe o supere el número de convocatorias disponibles, no podrá obtener el Diploma del curso y sólo recibirá un certificado de asistencia a clase cuando supere el 80% de las horas del programa o un certificado con las horas a las que ha asistido sobre el total del curso.

Artículo 15. El alumno causará baja del curso, cuando se obtengan, a lo largo del curso, al menos 3 informes negativos de profesores sobre él, debidos a falta de rendimiento, participación, implicación o respeto por los compañeros o el profesor; y por la acumulación de faltas leves, graves o una muy grave, de acuerdo al Reglamento Disciplinario.

Artículo 16. Al finalizar una convocatoria, trimestre o cuatrimestre, la Secretaría de Estudios comunicará a los estudiantes que lo soliciten las calificaciones, al menos de las asignaturas aprobadas, que consten en sus archivos, mediante la comunicación personal de su boletín de notas.

9.2. Las calificaciones

Artículo 18. El alumno tendrá calificaciones de:

- La Evaluación de cada módulo de forma independiente, y en su totalidad, en cifras de 0 a 10 sin decimales.
- La Evaluación del módulo de prácticas (si lo hubiere), será de Apto/No apto y la realizará el Profesor-Tutor en colaboración con el responsable del centro de trabajo.
- La Evaluación final del programa, se formulará en cifras de 0 a 10, con una sola cifra decimal (evaluación positiva igual o superior a 5).

Los baremos son los siguientes:

- 0 a 4.9 Suspenso
- 5 a 6.9 Aprobado
- 7 a 8.9 Notable
- 9 a 10 Sobresaliente

Las asignaturas convalidadas tendrán la equivalencia en puntos correspondiente a la calificación obtenida en el centro de procedencia. Si la materia no es la misma, por tratarse de un sistema de créditos, la calificación será de 6,0, siempre que la puntuación obtenida en el centro de procedencia sea indefinida o superior a esta misma calificación.

9.3. Quién evalúa

Artículo 19. El proceso de evaluación de cada uno de los módulos lo realizará el profesor de la asignatura, salvo en la evaluación de los módulos de prácticas que intervendrá el tutor asignado al alumno en la empresa (si el alumno hace prácticas). Para la evaluación de éste módulo, se elaborará un informe donde se describen las capacidades terminales conseguidas por el alumno.

9.4. Decisiones de promoción

Para la realización de prácticas

Artículo 20. Se adoptan los siguientes criterios para la realización de prácticas.:

Los alumnos podrán hacer prácticas en el aula internacional, cuando hayan sido evaluados, o asistido si la calificación final aún no se ha realizado, a al menos el 50% de las sesiones. Es un requisito fundamental tener un nivel alto de español y asistir a todo el curso. La Dirección académica puede determinar que un alumno puede acceder con anterioridad al periodo de prácticas en empresas, según criterios de madurez, experiencia previa o acreditación de formación relacionada con la formación en un centro de trabajo.

Evaluación final del programa. Diploma

Artículo 22. Una vez terminado el curso, se realizará la sesión de evaluación y calificación final ordinaria del programa: si las calificaciones de todos los módulos fuesen positivas o se superan 60 créditos, se obtendrá la calificación final del programa correspondiente, que será la media aritmética de las calificaciones numéricas con una sola cifra decimal, según la carga lectiva de cada módulo o créditos de los que conste. Finalmente se hará la propuesta de expedición del título a los alumnos que estén en condiciones de obtenerlo. Los alumnos que en este momento sigan teniendo alguna calificación negativa, no podrán obtener diploma alguno.

Entrega de Diplomas

La entrega de Diplomas se hará en la ceremonia de entrega de diplomas del curso siguiente al cursado.

De los programas con sistema de créditos

Artículo 24. Los programas con sistemas de créditos, que sigan los parámetros de la Declaración de Bolonia, *entienden como crédito la unidad de trabajo que comprende horas lectivas, horas de trabajo en casa y horas de estudio. Un crédito se corresponde con 25-30 horas de trabajo.*

En nuestros programas:

1 Crédito = 25 horas de trabajo (horas lectivas + horas de trabajo y estudio)

10. TUTOR

El alumno tendrá a su disposición un tutor de grupo que tendrá las siguientes funciones:

- a) Coordinar el proceso de evaluación del alumnado de su grupo y adoptar, junto con el Equipo educativo, la decisión que proceda acerca de la promoción de los alumnos y alumnas de acuerdo con los criterios que, al respecto, se establezcan en el Proyecto Curricular.
- b) Coordinar, organizar y presidir el Equipo educativo de profesores y las sesiones de evaluación de su grupo de alumnos y alumnas.
- c) Orientar y asesorar al alumnado sobre sus posibilidades académicas y profesionales.
- d) Facilitar la integración de los alumnos y alumnas en el grupo y fomentar su participación en las actividades del instituto.
- e) Ayudar a resolver las demandas e inquietudes del alumnado y mediar, en colaboración con el delegado y subdelegado del grupo, ante el resto del profesorado y el Equipo educativo.
- f) Coordinar las actividades complementarias de los alumnos y alumnas del grupo en el marco de lo establecido por el Plan de Actividades Complementarias y Extraescolares.
- g) Informar a los padres y madres, al profesorado y al alumnado del grupo de todo aquello que les concierna en relación con las actividades docentes, con las complementarias y con el rendimiento académico.
- h) Facilitar la cooperación educativa entre el profesorado y los padres y madres de los alumnos y alumnas.
- i) La relación inicial con el responsable designado por el centro de trabajo para el seguimiento del programa formativo, a fin de contribuir a que dicho programa se ajuste a la cualificación que se pretende.
- j) Formalizar la documentación derivada de los convenios de colaboración entre el Centro docente y el centro de trabajo cuando el alumno haga prácticas en la empresa.
- k) Orientar y coordinar el proceso de evaluación y calificación de dichos módulos profesionales.

Tutorías con profesores:

Para solicitar tutorías o consultar en horario fuera de clase será siempre por e-mail o solicitando entrevista a través de la oficina de Atención al Alumno.

11. Delegado de Clase

Es el representante habitual del Grupo o Clase de alumnos, y el enlace lógico con los órganos de Dirección de Columbus IBS

Competencias:

- Representar a los alumnos de su Clase.
- En ausencia de profesores, es el máximo responsable del grupo.
- Plantear al profesor los problemas, sugerencias e inquietudes, relacionados con la asignatura, que surjan en la clase.
- Realizar las comunicaciones a los compañeros referidas a las Notas Informativas; especialmente a los que no han asistido el día de dicha notificación.
- Plantear al Coordinador los problemas, sugerencias e inquietudes de todo tipo, que surjan del Grupo, y que afecten al mejor desarrollo de la enseñanza o de la vida académica.
- Mantener el adecuado orden entre sus compañeros antes de entrar el profesor y siempre que sea preciso.
- Comprobar la existencia de utensilios y el funcionamiento de los accesorios y equipos audiovisuales notificando las deficiencias en la Oficina de Atención al Alumno.
- El Subdelegado auxiliará al Delegado cuando lo precise, y le sustituirá en caso de ausencia de éste.
- Canalizar la documentación hacia o desde la Dirección de Curso o Dirección Académica.

Elección:

- Cada Grupo o Clase elegirá libre y democráticamente a sus representantes o delegados.
- El Delegado será elegido por mayoría absoluta, para lo cual se realizarán, si es preciso, dos votaciones.
- En la segunda votación sólo podrán ser votados los dos candidatos que en la primera hubieran obtenido mayor número de votos. Ambos serán nombrados Delegado y Subdelegado respectivamente.
- En caso de no existir un mínimo de dos candidaturas, todos los alumnos serán considerados candidatos.

El coordinador o el Jefe de Estudios podrán cambiar al Delegado de Clase cuando el seleccionado por los compañeros no cumpla con sus obligaciones y, por tanto, no facilite la comunicación entre el grupo clase y la Dirección Académica.

12. REGIMEN INTERNO

Partimos de la premisa que los alumnos de la Escuela son personas responsables tanto a nivel académico como personal. En virtud de lo anterior, no se considera necesaria la existencia y aplicación de un régimen interno en el sentido estricto de la palabra.

No obstante, para garantizar la organización, coordinación y adecuado desarrollo de la carrera, se hace imprescindible señalar a lo largo del curso algunas normas de actuación, para las que se ruega la máxima colaboración:

a) Entendemos que para insertarse en el mundo laboral, el Saber Ser y Saber Estar son dos aspectos al menos tan importantes como la cantidad de conocimientos que se pueden llegar a adquirir.

Para ello, el respeto al compañero, a los profesores, y a la Comunidad de la Escuela es un valor que sólo se puede adquirir RESPETANDO a los demás. Es decir, se consigue ser puntual, disciplinado, ordenado, pulcro, respetuoso, etc. SIÉNDOLO. Por tanto, en el centro se va a velar porque el alumno:

- Demuestre cortesía, respeto y buena educación ante los demás.
- Se comporte de manera responsable a la hora de realizar las tareas encomendadas.
- Asista a todas las clases con regularidad y a tiempo.
- Se prepare para cada clase, llevando los útiles indicados y los trabajos asignados
- Se presente aseado y vestido con propiedad
- Respete la propiedad de los demás, incluida la del Centro
- Coopere con el personal del Centro o le ayude a mantener seguridad, orden y disciplina en Columbus.

b) Puntualidad:

Sin perjuicio de mantener una mínima flexibilidad adaptada al caso concreto, el criterio para el alumno es que llegar tarde a clase, sin causa justificada y sin conocimiento previo del profesor, es motivo suficiente para no poder entrar en el aula, hasta que se haga el primer descanso.

c) Vestuario:

No está permitida la ropa deportiva o excesivamente informal (chanclas, camisetas de tirantes o de clubs deportivos, pantalones cortos, etc.).

d) Teléfonos móviles:

Salvo llamadas excepcionales o urgentes, que deben ser conocidas por el profesor antes de iniciar la clase, no está permitida ni la recepción ni la realización de llamadas en el aula. En caso de que suene un teléfono móvil, el propietario debe abandonar el aula y no podrá entrar durante el resto de la sesión.

Cualquier comunicación prevista y extraordinaria que deba producirse en horario de clase, se canalizará a través de la OCAA, desde la cual se avisará al interesado.+

e) Fumar:

Están expresamente señalizadas en la Escuela las zonas de prohibición de fumar, de acuerdo a la ley 3/2001 del Gobierno de Aragón.

No pueden fumar en clase ni profesores ni alumnos.

f) Consumo de bebidas y alimentos:

No se puede consumir bebidas ni alimentos en clase.

g) Uso del aula de informática:

El aula de informática permanecerá abierta al servicio de los alumnos del centro durante toda la jornada académica. Sin embargo, hay que señalar que Para la utilización de la sala de Informática tienen primera preferencia las clases de los diferentes programas de estudios a impartir durante el período académico.

Por favor, somos muchos en el centro; respetemos y hagamos respetar estas normas. Se agradecerá mucho la colaboración de todos

NOTA: El alumno debe conocer el Manual de Reglamento interno con todas las normas y donde se describen los tipos de faltas.

13. NORMAS INTERNAS DE COMUNICACIÓN ACADÉMICA

El presente apartado tiene por objeto definir los criterios formales de comunicación interna en la organización académica, estableciendo y regularizando los cauces normales de relación entre los componentes de la misma.

- Toda **relación formal académica** entre alumnos con Profesores, Coordinadores, Jefe de Estudios o Director General se concertará a través de la Oficina de Atención al alumno, por escrito, cumplimentando el formulario de solicitud de entrevista.

- La **comunicación** que afecte a los alumnos en lo relativo a:
 - Temas administrativos de interés general o particular.
 - Información y documentación de programas.
 - Adquisición de bibliografía o documentación de clase.
 - Utilización y gastos de fotocopidora.
 - Documentación y certificaciones (se hará por escrito, a través de formulario).
 - Solicitud de revisión de examen (se hará por escrito, a través de formulario).
 - Viajes o excursiones.
 - Justificación de faltas de asistencia.
 - Entrega de trabajos finales, tras la finalización de una asignatura, cuando el profesor no tiene más sesiones con el alumno/a.
 - Entrevistas personales con profesores, Coordinadores, Jefe de Estudios y Director General se canalizará **a través de la Oficina de Atención al alumno**.

- La **llamada telefónica, el correo electrónico y los mensajes a móviles** serán los medios habituales por los que se realizarán las comunicaciones académicas. Todos los alumnos deberán tener actualizada su cuenta de E-MAIL y sus teléfonos, realizando la comunicación oportuna a través de la Oficina de Atención al Alumno.

- Queda rigurosamente prohibido establecer contactos personales, directos o telefónicos con despachos o domicilios personales de profesores que no hayan autorizado expresamente dicha posibilidad.

- Los profesores darán su dirección de correo electrónico, salvo que expresen lo contrario, para cualquier asunto relacionado con el desarrollo de la asignatura del programa (siempre que no tenga que realizarse la comunicación por otro medio, según se describe en esta normativa). Una vez entregada el acta, y por tanto la relación profesor-alumno, toda comunicación por este medio será de carácter personal, pudiendo el profesor abstenerse de responder.

- Cualquier solicitud académica urgente de un/a alumno/a a cualquiera de los órganos anteriores deberá ser directamente autorizada por el Jefe de Estudios.

- Todos los coordinadores/tutores y Jefe de Estudios pondrán a disposición de los alumnos unas horas de tutoría u atención personal que serán indicadas oportunamente.

- Cuando la comunicación sea de interés general y no sea urgente, se harán notas informativas que serán expuestas en el tablón de anuncios de clase. Para que pueda llegar a todos los alumnos, será informado el Delegado de clase para que esté al tanto de que todos los miembros del grupo estén informados de la Nota. Así mismo, las Notas informativas podrán remitirse por correo electrónico cuando sea preciso (por ejemplo, en periodos vacacionales).

- Los trabajos finales de asignatura, que vayan dirigidos a profesores que no van a impartir más sesiones de clase, deberán entregarse en la Oficina de Atención al alumno en papel (obligatorio) según formato establecido y que se hará llegar al alumno al inicio del programa; así mismo, podrá entregarlo en formato electrónico. También traerá una copia de la carátula del trabajo que le será sellada y entregada, a efectos de acuse de recibo. En el supuesto de que se extravíe el trabajo en papel, y no pueda ser evaluado a través de este, se hará uso del documento entregado en formato electrónico. De no tenerlo, se le solicitará al alumno para que lo entregue en un plazo de 3 días. De no tenerlo, la evaluación del módulo será NO APTO. Por tanto, se aconseja guardar todos los trabajos, al menos hasta que el alumno tenga constancia, a través del acta, de que tiene aprobado el módulo. Cualquier otro asunto que tenga que ver con la comunicación interna, y que no aparezca en esta normativa, se hará a través de la Oficina de Atención al alumno.

14. INSTALACIONES

- Más de 1000 m² destinados a actividades formativas con dotaciones de alta calidad.
- Aulas equipadas con televisión, vídeo, sonido, y retroproyección provistas de aire acondicionado y amplios ventanales que aseguran la iluminación natural.
- Circuito Cerrado de TV para control de los accesos a las instalaciones y sistema de megafonía.
- sala de Informática con ordenadores en red y acceso a INTERNET.
- Área de formación en Técnicas de Comunicación con circuito cerrado de TV y sistema de grabación.
- Zonas de descanso interiores y exteriores para alumnos dotadas de servicios de bebidas y alimentación.

15. OPCIONES TRAS FINALIZAR EL AULA INTERNACIONAL

Una vez finalizado el programa Aula Internacional el alumno tiene las siguientes opciones:

1º) Integrarse en el mercado laboral.

2º) Solicitar la admisión y el reconocimiento de créditos en Universidades Internacionales, especialmente con las que mantiene acuerdos de Colaboración, para continuar y obtener estudios universitarios.

La admisión y el reconocimiento de créditos corresponde exclusivamente a las universidades internacionales. Columbus es ajeno a estos procesos de selección y a las normativas y directrices europeas que puedan redactarse con referencia al proceso de Bolonia. Los títulos universitarios internacionales otorgan grados académicos de educación superior integrados en el sistema educativo al que pertenecen las enseñanzas que desarrollan las universidades de acogida, y los reconocidos como equivalentes a aquellos por las autoridades competentes del país en que se impartan. Este tipo de título oficial extranjero, no es directa ni automáticamente homologable al español, sino que debe solicitarse su homologación conforme a legislación actual española.

Partiendo de los créditos convalidados conseguidos a través de:

- Un Ciclo Formativo de Grado Superior (CFGS) de 2000 horas.
- Dos curso realizados en la Universidad.
- Un CFGS de 1400 horas + el Aula Internacional.

El alumno podría estaría entre 1 y 2 años en la universidad internacional(*) para la obtención del Título Oficial de Grado(**), dependiendo de los créditos convalidados por dicha universidad.

Partiendo de los créditos convalidados conseguidos a través de:

- Un CFGS de 2000 horas, más un CFGS de 1400 horas
- Dos cursos de carrera universitaria más el Aula Internacional
- Un CFGS de 2000 horas, más el Aula Internacional

El alumno podría estar entre 1 y 2 años en la universidad internacional para la obtención del “Título Oficial de Grado”, dependiendo de los créditos convalidados por dicha universidad.

Algunas de las universidades en las que alumnos puede solicitar la admisión y reconocimiento de créditos son:

- IDRAC. Ecole Supérieure de Commerce (Francia). (<http://www.ecoles-idrac.com>)
- Abertay Dundee (Escocia) (<http://www.abertay.ac.uk/applying/euartic/>)
- Rotterdam University (Holanda) (www.rotterdambusinessschool.nl)
- Hogeschool Zeeland (Holanda) (<http://hz.nl/HZ/EN/>)

En los link se puede obtener información sobre la universidad, sus programas, tasas académicas y requisitos de admisión. En todas ellas el nivel de inglés o francés requerido es profiency.