



Universidad de Jaén

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

Marketing de sectores específicos II

2024-2025

Grado en Estadística y empresa

CREA

[Acceso Mayores 40](#)[Guías docentes UJA](#)[Horarios de tutorías](#)[Llamamientos PAU](#)[Movilidad \(Coordinador\)](#)[P.O.D.](#)[Solicitud bilingüismo](#)

Guía docente 2024-25 - 11713003 - Marketing de sectores específicos II

[Volver](#)

TITULACIÓN: Grado en Estadística y empresa
CENTRO: FACULTAD CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS
CURSO: 2024-25
ASIGNATURA: Marketing de sectores específicos II

GUÍA DOCENTE

1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE: Marketing de sectores específicos II

CÓDIGO: 11713003

CURSO ACADÉMICO: 2024-25

TIPO: Optativa

Créditos ECTS: 6.0

CURSO: 4

CUATRIMESTRE: SC

WEB: <https://platea.ujaen.es>

2. DATOS BÁSICOS DEL PROFESORADO

NOMBRE: PEGALAJAR CANO, JESÚS MARÍA

IMPORTE: Teoría - Prácticas [Profesor responsable]

DEPARTAMENTO: U136 - ORG. DE EMPRESAS, MÁRKETING Y SOCIOLOGÍA

ÁREA: 095 - COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

N. DESPACHO: D3 - 124

E-MAIL: jpcano@ujaen.es

TLF: 953213620

TUTORÍAS: <https://uvirtual.ujaen.es/pub/es/informacionacademica/tutorias/p/12172>

URL WEB: -

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8279-8049>

3. PRERREQUISITOS, CONTEXTO Y RECOMENDACIONES

PRERREQUISITOS:

Haber cursado otras asignaturas de Marketing como Fundamentos de Marketing.

CONTEXTO DENTRO DE LA TITULACIÓN:

Esta asignatura trata los aspectos diferenciales que la gestión del Marketing puede presentar para las organizaciones que operan en determinadas parcelas o áreas de actuación, tales como el Turismo, Sector Servicios o Sector Agroalimentario.

RECOMENDACIONES Y ADAPTACIONES CURRICULARES:

Es recomendable haber superado Fundamentos de Marketing.

El alumnado que presente necesidades específicas de apoyo educativo, lo ha de notificar personalmente al Servicio de Atención y Ayudas al Estudiante para proceder a realizar, en su caso, la adaptación curricular correspondiente.

4. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Código	Denominación de la competencia
CE23	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Marketing
CE31	Ser capaz de diseñar e implantar las Estrategias de Marketing
CE6	Realizar actividades dirigidas a la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de este perfil de estudios
CG16	Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
CG3	Capacidad de organización y planificación
CG4	Habilidad de comunicación oral y escrita en lengua castellana
CG8	Capacidad para la resolución de problemas
CG9	Capacidad para la toma de decisiones

Resultados de aprendizaje

- Resultado R 19** El alumno debe ser capaz de resolver problemas y concretar decisiones comerciales
- Resultado R 21** El alumno debe ser capaz de analizar los indicadores básicos del entorno, información complementaria y su relación con las decisiones de marketing

5. CONTENIDOS

PARTE I: MARKETING TURÍSTICO. PARTE II: MARKETING DE SERVICIOS. PARTE III: MARKETING AGROALIMENTARIO.

PARTE I: MARKETING EN EL SECTOR TURÍSTICO

TEMA 1: MARKETING TURÍSTICO

TEMA 2: GESTIÓN DEL MARKETING-MIX EN TURISMO

PARTE II: MARKETING DE SERVICIOS.

TEMA 3: MARKETING DE SERVICIOS

PARTE III: MARKETING AGROALIMENTARIO.

TEMA 4: MARKETING AGROALIMENTARIO

TEMA 5: MARKETING AGROALIMENTARIO Y EL ACEITE DE OLIVA

6. METODOLOGÍA Y ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	HORAS PRESENCIALES	HORAS TRABAJO AUTÓNOMO	TOTAL HORAS	CRÉDITOS ECTS	COMPETENCIAS (códigos)
A1 - Clases expositivas en gran grupo - M-01 - Clases magistrales - M-02 - Exposición de teoría y ejemplos generales - M-03 - Actividades introductorias - M-04 - Conferencias	45.0	75.0	120.0	4.8	- CE31 - CE6 - CG16 - CG4 - CG9
A2 - Clases en grupos de prácticas - M-06 - Seminarios - M-07 - Debates - M-09 - Aulas de informática - M-10 - Resolución de ejercicios - M-11 - Presentaciones/exposiciones	15.0	15.0	30.0	1.2	- CE23 - CE6 - CG3 - CG4 - CG8 - CG9
TOTALES:	60.0	90.0	150.0	6.0	

INFORMACIÓN DETALLADA:

El desarrollo de esta asignatura gira de manera fundamental en torno a la lección magistral, enriquecida por debates, comentarios y exposiciones por parte de los alumnos. Así, para cada uno de los temas se proponen actividades tanto individuales como en grupo: las actividades de carácter individual se refiere a la lectura y comprensión de ciertos casos de empresas o artículos relacionados con el temario, para la posterior discusión y comentario en clase, de manera conjunta. Asimismo, las actividades de carácter grupal se refieren al desarrollo de planes comerciales o análisis de partes del plan comercial de empresas que desarrollan su labor en cada uno de los sectores analizados.

Se espera del alumnado el seguimiento de unas buenas prácticas académicas. Cualquier circunstancia anómala ocurrida en el aula faculta al profesorado para tomar las medidas que estime oportunas, incluida la expulsión del aula.

7. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ASPECTO	CRITERIOS	INSTRUMENTO	PESO
Asistencia y/o participación en actividades presenciales y/o virtuales	Asistencia y participación	Notas del profesor	20.0%
Conceptos teóricos de la materia	Conceptos teóricos de la materia	Examen teórico-práctico	0.0%

ASPECTO	CRITERIOS	INSTRUMENTO	PESO
Realización de trabajos, casos o ejercicios	Realización de trabajos, casos y ejercicios	Elaboración de casos prácticos	80.0%
Prácticas de laboratorio/campo/uso de herramientas TIC	Prácticas de laboratorio/ordenador	Realización de casos prácticos en ordenador	0.0%

El sistema de calificación se regirá por lo establecido en el RD 1125/2003 de 5 de septiembre por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en la titulaciones universitarias de carácter oficial

INFORMACIÓN DETALLADA:

La realización de trabajos, casos y ejercicios supone un 80% de la nota final y la asistencia y participación en clase el 20%.

Dada la importancia que tiene en la asignatura la capacidad de elaborar informes y respuestas argumentativas, el alumno deberá cuidar tanto la ortografía como la gramática en todos los documentos que entregue al profesorado de la misma. Los textos deberán ser gramatical y ortográficamente correctos para facilitar la comprensión de los mismos. Si no son comprensibles no serán evaluados. En cuanto a las faltas de ortografía podrán llevar al alumno a suspender la asignatura, dependiendo de la gravedad de las mismas.

El alumnado de la Universidad de Jaén tiene el deber inexcusable de aceptar como buena práctica académica la de abstenerse de la utilización o cooperación en procedimientos fraudulentos en las pruebas de evaluación, en los trabajos que se realicen o en documentos oficiales de la Universidad. En las pruebas de evaluación queda terminantemente prohibido portar cualquier tipo de dispositivo, apuntes y material docente de la asignatura, salvo el autorizado públicamente por el profesorado en cada convocatoria de evaluación, que se comunicará al alumnado con suficiente antelación a la realización de la misma.

El profesorado estará capacitado para tomar las medidas que considere oportunas para amonestar, y en su caso, expulsar de la prueba al alumno o a la alumna que ejerce fraude en la evaluación, especialmente en la modalidad de pruebas escritas. La realización fraudulenta de alguna de las pruebas exigidas en la evaluación de alguna asignatura comportará la nota de 0 en la convocatoria correspondiente y en el expediente que se abra se solicitará que no pueda presentarse a la asignatura en las convocatorias restantes de ese curso y durante la totalidad de convocatorias del curso académico siguiente.

En cualquier momento de la prueba de evaluación el profesorado podrá requerir la identificación del alumno o alumna, que deberá acreditar su personalidad mediante la exhibición de su carné de estudiante, documento nacional de identidad, pasaporte o cualquier otra identificación reconocida oficialmente. En caso de no identificarse adecuadamente el alumno o alumna podrá ser expulsado de la prueba, tomándose a todos los efectos como si no se hubiera presentado a la misma.

Finalmente, para superar la asignatura el alumno deberá obtener **como requisito previo** al menos el 50% de la puntuación relativa a la realización de trabajos, casos y ejercicios. Una vez alcanzada dicha puntuación se le podrán sumar las notas relativas al resto de actividades puntuables que configuren la nota final.

En convocatorias extraordinarias se garantizará que el alumnado pueda superar la asignatura, y en su caso, obtener la máxima nota.

8. DOCUMENTACIÓN / BIBLIOGRAFÍA [\(Accede a la bibliografía a través del descubridor de la Biblioteca\)](#)

ESPECÍFICA O BÁSICA:

- Marketing de servicios: la calidad como meta. Edición: -. Autor: Berry, Leonard L.. Editorial: Barcelona : Parramón, D.L. 1993 [\(C. Biblioteca\)](#)
- Marketing turístico. Edición: 2ª ed.. Autor: Serra Cantallops, Antoni. Editorial: Madrid : Pirámide, 2011 [\(C. Biblioteca\)](#)
- Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo. Edición: -. Autor: Bigné Alcañiz, J. Enrique. Editorial: Madrid : ESIC, 2000 [\(C. Biblioteca\)](#)
- Comercialización de productos agrarios. Edición: 5ª ed. Autor: Caldentey Albert, Pedro. Editorial: Madrid : Editorial Agrícola Española : Ediciones Mundi-Prensa, 2004 [\(C. Biblioteca\)](#)
- Economía de la empresa agraria y alimentaria. Edición: 2ª ed. rev. y aum.. Autor: Ballester, Enrique. Editorial: Madrid : Ediciones Mundi-Prensa, 2000 [\(C. Biblioteca\)](#)
- Marketing de servicios : personal, tecnología y estrategia. Edición: 7ª ed. Autor: Lovelock, Christopher. Editorial: México : Pearson Educación, 2015 [\(C. Biblioteca\)](#)
- Marketing agrario. Edición: 2ª ed., rev. y amp.. Autor: -. Editorial: Madrid: Mundi-Prensa, 1994 [\(C. Biblioteca\)](#)
- Marketing en sectores específicos. Edición: -. Autor: -. Editorial: Madrid: Pirámide, 2000 [\(C. Biblioteca\)](#)

GENERAL Y COMPLEMENTARIA:

- Dirección de marketing. Edición: 14ª ed.. Autor: Kotler, Philip. Editorial: Madrid [etc.] : Prentice Hall, 2012 [\(C. Biblioteca\)](#)

- Banca comercial con talento : claves de un modelo comercial de éxito en banca minorista . Edición: - . Autor: Moroy, Fernando. Editorial: Pozuelo de Alarcón, Madrid : ESIC Editorial , 2011 (C. Biblioteca)

9. CRONOGRAMA (segundo cuatrimestre)

Semana	A1 - Clases expositivas en gran grupo	A2 - Clases en grupos de prácticas	Trabajo autónomo	Observaciones
Nº 1 27 ene. - 2 feb. 2025	3.0	0.0	0.0	TEMA 1
Nº 2 3 - 9 feb. 2025	3.0	1.0	3.0	TEMA 1
Nº 3 10 - 16 feb. 2025	3.0	1.0	3.0	TEMA 1
Nº 4 17 - 23 feb. 2025	3.0	1.0	6.0	TEMA 2
Nº 5 24 feb. - 2 mar. 2025	3.0	1.0	6.0	TEMA 2
Nº 6 3 - 9 mar. 2025	3.0	1.0	6.0	TEMA 2
Nº 7 10 - 16 mar. 2025	3.0	1.0	6.0	TEMA 2
Nº 8 17 - 23 mar. 2025	3.0	1.0	6.0	TEMA 3
Nº 9 24 - 30 mar. 2025	3.0	1.0	6.0	TEMA 3
Nº 10 31 mar. - 6 abr. 2025	3.0	1.0	6.0	TEMA 3
Nº 11 7 - 13 abr. 2025	3.0	1.0	6.0	TEMA 4
Período no docente: 14 - 20 abr. 2025				
Nº 12 21 - 27 abr. 2025	3.0	1.0	6.0	TEMA 4
Nº 13 28 abr. - 4 may. 2025	3.0	1.0	6.0	TEMA 4
Nº 14 5 - 11 may. 2025	3.0	1.0	6.0	TEMA 5
Nº 15 12 - 18 may. 2025	3.0	0.0	0.0	TEMA 5
Total Horas	45.0	13.0	72.0	

10. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Educación de calidad

Alianzas para lograr objetivos

INFORMACIÓN DETALLADA:

Objetivo 4: Educación de calidad. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos

- El/la alumno/a comprende el importante rol que juegan las oportunidades de educación y aprendizaje a lo largo de la vida para todos (aprendizaje formal, no formal e informal), como principales impulsores del desarrollo sostenible con el fin de mejorar la vida de las personas y alcanzar los ODS.
- 2. El/la alumno/a concibe la educación como un bien público, un bien común mundial, un derecho humano fundamental y una base para garantizar que se cumplan otros derechos.
- 3. El/la alumno/a sabe sobre la desigualdad en el acceso y la consecución de educación,

particularmente entre niñas y niños en áreas rurales, así como sobre las razones de la falta de acceso equitativo a las oportunidades de educación de calidad y de aprendizaje a lo largo de la vida.

4. El/la alumno/a comprende el importante rol de la cultura para alcanzar la sostenibilidad.

5. El/la alumno/a comprende que la educación puede ayudar a crear un mundo más sostenible, equitativo y pacífico.

Objetivo 17: Alianzas para conseguir los objetivos. Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Finanzas.

17.1 Fortalecer la movilización de recursos internos, incluso mediante la prestación de apoyo internacional a los países en desarrollo, con el fin de mejorar la capacidad nacional para recaudar ingresos fiscales y de otra índole.

17.2 Velar por que los países desarrollados cumplan plenamente sus compromisos en relación con la asistencia oficial para el desarrollo, incluido el compromiso de numerosos países desarrollados de alcanzar el objetivo de destinar el 0,7% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo de los países en desarrollo y entre el 0,15% y el 0,20% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo de los países menos adelantados; se alienta a los proveedores de asistencia oficial para el desarrollo a que consideren la posibilidad de fijar una meta para destinar al menos el 0,20% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo de los países menos adelantados.

17.3 Movilizar recursos financieros adicionales de múltiples fuentes para los países en desarrollo.

17.4 Ayudar a los países en desarrollo a lograr la sostenibilidad de la deuda a largo plazo con políticas coordinadas orientadas a fomentar la financiación, el alivio y la reestructuración de la deuda, según proceda, y hacer frente a la deuda externa de los países pobres muy endeudados a fin de reducir el endeudamiento excesivo.

17.5 Adoptar y aplicar sistemas de promoción de las inversiones en favor de los países menos adelantados.

Tecnología

17.6 Mejorar la cooperación regional e internacional Norte-Sur, Sur-Sur y triangular en materia de ciencia, tecnología e innovación y el acceso a estas, y aumentar el intercambio de conocimientos en condiciones mutuamente convenientes, incluso mejorando la coordinación entre los mecanismos existentes, en particular a nivel de las Naciones Unidas, y mediante un mecanismo mundial de facilitación de la tecnología.

17.7 Promover el desarrollo de tecnologías ecológicamente racionales y su transferencia, divulgación y difusión a los países en desarrollo en condiciones favorables, incluso en condiciones concesionarias y preferenciales, según lo convenido de mutuo acuerdo.

17.8 Poner en pleno funcionamiento, a más tardar en 2017, el banco de tecnología y el mecanismo de apoyo a la creación de capacidad en materia de ciencia, tecnología e innovación para los países menos adelantados y aumentar la utilización de tecnologías instrumentales, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones.

Creación de capacidad

17.9 Aumentar el apoyo internacional para realizar actividades de creación de capacidad eficaces y específicas en los países en desarrollo a fin de respaldar los planes nacionales de implementación de todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluso mediante la cooperación Norte-Sur, Sur-Sur y triangular.

Comercio

17.10 Promover un sistema de comercio multilateral universal, basado en normas, abierto, no discriminatorio y equitativo en el marco de la Organización Mundial del Comercio, incluso mediante la conclusión de las negociaciones en el marco del Programa de Doha para el Desarrollo.

17.11 Aumentar significativamente las exportaciones de los países en desarrollo, en particular con miras a duplicar la participación de los países menos adelantados en las exportaciones mundiales de aquí a 2020.

17.12 Lograr la consecución oportuna del acceso a los mercados libre de derechos y contingentes de manera duradera para todos los países menos adelantados, conforme a las decisiones de la Organización Mundial del Comercio, incluso velando por que las normas de origen preferenciales aplicables a las importaciones de los países menos adelantados sean transparentes y sencillas y contribuyan a facilitar el acceso a los mercados.

Cuestiones sistémicas

Coherencia normativa e institucional

17.13 Aumentar la estabilidad macroeconómica mundial, incluso mediante la coordinación y coherencia de las políticas.

17.14 Mejorar la coherencia de las políticas para el desarrollo sostenible.

17.15 Respetar el margen normativo y el liderazgo de cada país para establecer y aplicar políticas de erradicación de la pobreza y desarrollo sostenible.

Alianzas entre múltiples interesados

17.16 Mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen e intercambien conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros, a fin de apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en todos los países, particularmente los países en desarrollo.

17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de

recursos de las alianzas.

Datos, supervisión y rendición de cuentas

17.18 De aquí a 2020, mejorar el apoyo a la creación de capacidad prestado a los países en desarrollo, incluidos los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo, para aumentar significativamente la disponibilidad de datos oportunos, fiables y de gran calidad desglosados por ingresos, sexo, edad, raza, origen étnico, estatus migratorio, discapacidad, ubicación geográfica y otras características pertinentes en los contextos nacionales.

17.19 De aquí a 2030, aprovechar las iniciativas existentes para elaborar indicadores que permitan medir los progresos en materia de desarrollo sostenible y complementen el producto interno bruto, y apoyar la creación de capacidad estadística en los países en desarrollo.

11. ESCENARIO MIXTO

Actividades Formativas	Formato (presencial/online)*	Metodología docente Descripción
30 Sesiones de teoría sobre los contenidos del programa.	Presencial al 100%	30 sesiones de clases magistrales participativas, de una hora de duración cada una, realizadas en el aula.
15 Sesiones de resolución de casos prácticos en aula de informática.	Presencial al 100%	15 sesiones presenciales en el aula, de una hora de duración cada una. Se resolverán ejercicios prácticos que permiten adquirir las competencias necesarias para la investigación de mercados.
Tutorías.	Presencial + <i>Online</i>	Algunas sesiones de tutorías se realizarán de forma presencial y otras <i>online</i> .

12. ESCENARIO NO PRESENCIAL

Actividades Formativas	Formato (presencial/online)	Metodología docente Descripción
30 Sesiones de teoría sobre los contenidos del programa.	No presencial	30 sesiones de clases magistrales participativas, de una hora de duración cada una, realizadas por videoconferencia de forma síncrona.
15 Sesiones de resolución de casos prácticos en aula de informática.	No presencial	15 sesiones por videoconferencia síncrona, de una hora de duración cada una. Se resolverán ejercicios prácticos que permiten adquirir las competencias necesarias para la investigación de mercados.
Tutorías	No presencial	Todas las sesiones de tutorías se realizarán <i>online</i> .

CLÁUSULA DE PROTECCIÓN DE DATOS (evaluación on-line)

Responsable del tratamiento: Universidad de Jaén, Campus Las Lagunillas, s/n, 23071 Jaén

Delegado de Protección de Datos: dpo@ujaen.es

Finalidad: Conforme a la Ley de Universidades y demás legislación estatal y autonómica vigente, realizar los exámenes correspondientes a las asignaturas en las que el alumno o alumna se encuentre matriculado. Con el fin de evitar fraudes en la realización del mismo, el examen se realizará en la modalidad de video llamada, pudiendo el personal de la Universidad de Jaén contrastar la imagen de la persona que está realizando la prueba de evaluación con los archivos fotográficos del alumno en el momento de la matrícula. Igualmente, con la finalidad de dotar a la prueba de evaluación de contenido probatorio de cara a revisiones o impugnaciones de la misma, de acuerdo con la normativa vigente, la prueba de evaluación será grabada.

Legitimación: cumplimiento de obligaciones legales (Ley de Universidades) y demás normativa estatal y autonómica vigente.

Destinatarios: prestadores de servicios titulares de las plataformas en las que se realicen las pruebas con los que la Universidad de Jaén tiene suscritos los correspondientes contratos de acceso a datos.

Plazos de conservación: los establecidos en la normativa aplicable. En el supuesto en concreto de las grabaciones de los exámenes, mientras no estén cerradas las actas definitivas y la prueba de evaluación pueda ser revisada o impugnada.

Derechos: puede ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación, oposición, supresión, limitación y portabilidad remitiendo un escrito a la dirección postal o electrónica indicada anteriormente. En el supuesto que considere que sus derechos han sido vulnerados, puede presentar una reclamación ante el Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía www.ctpdandalucia.es

Cláusula grabación de clases PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

Responsable del tratamiento: Universidad de Jaén, Paraje Las Lagunillas, s/n; Tel.953 212121; www.ujaen.es

Delegado de Protección de Datos (DPO): TELEFÓNICA, S.A.U. ; Email: dpo@ujaen.es

Finalidad del tratamiento: Gestionar la adecuada grabación de las sesiones docentes con el objetivo de hacer posible la enseñanza en un escenario de docencia multimodal y/o no presencial.

Plazo de conservación: Las imágenes serán conservadas durante los plazos legalmente previstos en la normativa vigente.

Legitimación: Los datos son tratados en base al cumplimiento de obligaciones legales (Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades) y el consentimiento otorgado mediante la marcación de la casilla habilitada a tal efecto.

Destinatarios de los datos (cesiones o transferencias): Toda aquella persona que vaya a acceder a las diferentes modalidades de enseñanza.

Derechos: Ud. podrá ejercitar los derechos de Acceso, Rectificación, Cancelación, Portabilidad, Limitación del tratamiento, Supresión o, en su caso, Oposición. Para ejercitar los derechos deberá presentar un escrito en la dirección arriba señalada dirigido al Servicio de Información, Registro y Administración Electrónica de la Universidad de Jaén, o bien, mediante correo electrónico a la dirección de correo electrónico. Deberá especificar cuál de estos derechos solicita sea satisfecho y, a su vez, deberá acompañarse de la fotocopia del DNI o documento identificativo equivalente. En caso de que actuara mediante representante, legal o voluntario, deberá aportar también documento que acredite la representación y documento identificativo del mismo. Asimismo, en caso de considerar vulnerado su derecho a la protección de datos personales, podrá interponer una reclamación ante el Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía www.ctpdandalucia.es

Campus Las Lagunillas s/n | 23071 - Jaén
[Soporte de guías docentes](#)
[Accesibilidad](#) | [Aviso legal](#) | [Sugerencias](#)

[Servicios académicos](#) | [Servicios administrativos](#) | [Extensión universitaria](#) | [Información general](#) | [Operaciones](#) |