

24 y 23: 0,35 puntos, por año o fracción mensual.

22 y 21: 0,30 puntos, por año o fracción mensual.

20 y 19: 0,25 puntos, por año o fracción mensual.

18 y 17: 0,20 puntos, por año o fracción mensual.

16 y 15: 0,15 puntos, por año o fracción mensual.

14 y 13: 0,10 puntos, por año o fracción mensual.

12 o menor: 0,05 puntos, por año o fracción mensual.

- Hasta un máximo de 10 puntos, teniendo en cuenta la experiencia en el desempeño de puestos de trabajo y la similitud /analogía entre su contenido técnico y el de aquellos a los que aspira.

A estos efectos se establecen las siguientes Áreas de similitud /analogía constituidas por las Unidades que se especifican a continuación:

Áreas de similitud /analogía a efectos de concursos

Área 1: Servicios y Estructuras de Gestión y Administración (AF1).

Área 2: Centros Académicos (AF2).

Área 3: Bibliotecas (AF3).

Área 4: Informática (AF4).

La valoración de la experiencia en este apartado se realizará asignando:

a) 0,75 puntos, por año o fracción mensual correspondiente, por el desempeño del mismo puesto al que se aspira dentro de la misma Unidad.

b) 0,60 puntos, por año o fracción mensual correspondiente, por el desempeño de distinto puesto al que se aspira, dentro de la misma Unidad.

c) 0,40 puntos, por año o fracción mensual correspondiente, por el desempeño de puestos de trabajo en diferentes Unidades dentro del mismo Área.

d) 0,30 puntos, por año o fracción mensual correspondiente, por el desempeño de puestos de trabajo en distintas Áreas.

Con carácter excepcional, y previos los informes que, en su caso, se estimen oportunos, la Comisión podrá asignar hasta un máximo de 4 puntos, en atención a las aptitudes y rendimientos apreciados a los aspirantes en los puestos anteriormente desempeñados.

2.3. Otros méritos: Hasta un máximo de 4 puntos.

La Comisión podrá valorar otros méritos (otras titulaciones académicas, experiencia acreditada en otros trabajos de la Administración Pública o empresa privada relacionada con la plaza a que se aspira, publicaciones, comunicaciones, ponencias, becas, ayudas y premios recibidos, cursos impartidos, etc.) que se aporten por los aspirantes y que no estén incluidos en los distintos apartados del presente baremo.

Parte específica (Máximo 21 puntos)

La parte específica será de aplicación a todos aquellos puestos de trabajo convocados cuyo nivel de intervalo sea 2 ó 3.

Para poder acceder al puesto de trabajo solicitado, el candidato deberá obtener en la parte específica una puntuación mínima de 8 puntos.

1. Memoria: Máximo 9 puntos.

Los candidatos /as elaborarán y presentarán, por quintuplicado, una Memoria, con una extensión máxima de

20 páginas (según formato que se describirá en las correspondientes convocatorias), que consistirá en una descripción de las medidas que se proponen para desarrollar la función a ejecutar descrita en el Acuerdo de Homologación del Personal de Administración y Servicios de la Universidades Públicas Andaluzas, teniendo en cuenta la competencia relacionada asignada a dicho puesto.

2. Entrevista y defensa de la Memoria: Máximo 12 puntos. La Comisión entrevistará a los candidatos /as sobre el contenido de la memoria y de otros aspectos relacionados con el puesto de trabajo que se solicita

NORMATIVA REGULADORA DE LOS ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD CORPORATIVA

El importante incremento de la actividad administrativa, organizativa y de gestión de la Universidad de Granada con el elevado número de Facultades, Escuelas Técnicas Superiores, Escuelas Universitarias, Departamentos, Institutos Universitarios de Investigación y otros centros o estructuras administrativas existentes, propicia la existencia de símbolos y logotipos diversos que producen confusión y falta de identificación hacia el receptor, ofreciendo, al mismo tiempo, múltiples imágenes de la institución académica y no una visión homogénea en su proyección exterior.

Este hecho es constatable si se aprecia la diversidad de logotipos, escudos o símbolos, en definitiva, signos identificadores y modos de utilizarlos, no asociados bajo ningún criterio con el específico y determinado de la Universidad de Granada hasta este momento. Pese a que los propios Estatutos definen el escudo de la institución, es realmente sencillo observar la utilización, incluso como marca principal, de otros símbolos no homologados para tal uso. En este sentido, por tanto, se hace necesario indicar que no es que hayan de eliminarse taxativamente tales “marcas”, lo que en algunos casos puede resultar conveniente, pero sí que su existencia y uso deben ser limitadas y supeditadas a un criterio lógico y unitario, contribuyendo a una mayor solidez de la identidad visual y por ende, institucional, y no a su menoscabo.

Es necesario, pues, establecer una imagen corporativa que agrupe la identidad visual para lograr una mayor coherencia e integración en la percepción de la imagen de la Universidad de Granada y de sus diversas estructuras organizativas.

A propuesta del Vicerrectorado de Relaciones Internacionales e Institucionales y previa deliberación del Consejo de Dirección, el Consejo de Gobierno en su reunión de 9 de mayo de 2005, aprueba las siguientes normas reguladoras de los elementos básicos de identidad corporativa y el Manual de Identidad Visual Corporativa (localizable en <http://www.ugr.es/%7Esecredei/Imagen/manual.pdf>).

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objetivo y ámbito de aplicación.

Los Centros, Departamentos, Institutos Universitarios de

Investigación y cualquier otra estructura organizativa, órganos colegiados y de representación, así como órganos de ejecución de la política universitaria de la Universidad de Granada, a partir de la aprobación de la presente normativa reguladora deberán ajustarse a lo previsto en ella en lo relativo a:

- a) Elaboración de documentación administrativa, documentos normalizados, oficios, comunicaciones o cualquier material impreso.
- b) Cartelería, anuncios, publicaciones o cualquier tipo de expresión impresa independientemente del soporte en el que se realice.
- c) Inscripción en los Registros correspondientes de los símbolos determinados en este Manual u otros que pudieran surgir, para su protección.

Artículo 2. Imagen Corporativa

1. Esta imagen corporativa ha de estar basada de manera principal y única en una homogeneización visual de todos los elementos que se establecen en el Manual de Identidad Visual Corporativa, por tanto y de manera fundamental la utilización en todas las expresiones impresas del escudo de la Universidad de Granada, con las características que se establecen en el Manual de Identidad Visual Corporativa antes indicado.

2. Será obligatorio el uso del escudo de la Universidad de Granada junto a los que puedan surgir de cualquiera de las estructuras organizativas indicadas en el artículo 1. Sí podrá ser incluida la denominación de la correspondiente estructura organizativa en los términos indicados en el Manual de Identidad Visual Corporativa.

Artículo 3. Elementos básicos de la identidad corporativa.

1.- A los efectos de esta Normativa se entiende por elementos básicos de la identidad corporativa de la Universidad de Granada:

- El escudo oficial definido en los Estatutos de la Universidad de Granada.
- La leyenda “Universidad de Granada”.
- La marca “Universidad de Granada”.
- La marca UGR.
- La disposición espacial de los elementos anteriores conforme al Manual de Identidad Visual Corporativa.

2.- La marca “Universidad de Granada” y, en su caso, el escudo de la Universidad de Granada estarán presentes en todas las actividades de información y difusión publicitaria, publicaciones, señalización de edificios y demás producción que se origine hacia la sociedad.

Artículo 4. Nuevos símbolos.

1.- Los Centros, Departamentos, Institutos Universitarios de Investigación y cualquier otra estructura organizativa podrán dotarse de los símbolos representativos que estimen oportunos, siempre que dichos símbolos sean utilizados conjuntamente conforme a lo establecido en el punto 2 del artículo 2 de esta Normativa y con las especificaciones señaladas

en el Manual de Identidad Visual Corporativa.

2.- Una vez aprobados, y registrados en su caso, se podrá proceder a su utilización por parte de la estructura organizativa u órgano correspondiente junto a los denominados elementos básicos de la identidad corporativa establecidos en el punto 1 del artículo 3 de esta Normativa.

ELEMENTOS DE IDENTIDAD CORPORATIVA: REGISTRO Y PROTECCIÓN Y USO

Artículo 5. Régimen de registro, protección y uso.

1.- Con la aprobación de la presente Normativa, se procederá a la creación de un Registro de Símbolos de la Universidad de Granada adscrito a la Secretaría General.

2.- Los elementos básicos de la identidad corporativa de la Universidad de Granada tendrán su preceptiva inscripción en la Oficina Española de Patentes y Marcas con el fin de otorgarles la máxima protección que establezcan las leyes.

3.- El resto de símbolos de la Universidad de Granada deberán ser inscritos en el Registro de Símbolos de la Universidad de Granada para su uso, debiendo por tanto ser solicitados al mismo para su utilización en un ámbito exterior al universitario.

4.- El uso de los símbolos de la Universidad de Granada es exclusivo de la propia Universidad, quedando por tanto prohibida cualquier clase de reproducción de los mismos sin la preceptiva autorización expresa del máximo responsable de la misma o de la persona en quien delegue.

5.- La utilización de los elementos básicos de la identidad corporativa conforme a las directrices establecidas en el Manual de Identidad Visual Corporativa es obligatoria en cualquier actividad que la Universidad de Granada organice o tenga participación. En este último caso, estos elementos básicos de identidad tendrán su reflejo de acuerdo con los convenios o acuerdos a los que se llegue en cada caso en cuanto a utilización de los mismos.

Artículo 6. Procedimiento para la creación o modificación de símbolos.

1.- La propuesta de creación de un nuevo símbolo corresponderá al Rector/a, Director/a de Departamento, Director/a de Centro, Director/a de Instituto Universitario de Investigación o dirección de estructura administrativa, debiendo acompañarse a la misma el acuerdo del órgano de gobierno respectivo, en su caso. Las propuestas serán remitidas al Secretario General quien lo autorizará, una vez comprobado que reúne los requisitos establecidos en el Manual de Identidad Visual Corporativa.

2.- El acuerdo de creación o modificación de símbolos será comunicado al Secretario General para, tras la aprobación correspondiente, ser inscrito en el Registro de Símbolos de la Universidad de Granada y ser inscrito, de estimarse necesario, en la Oficina Española de Patentes y Marcas a fin de otorgarle

la correspondiente protección.

3.- Tras esta inscripción y la correspondiente certificación se podrá iniciar el uso del símbolo en cuestión, siendo responsabilidad del proponente del símbolo el buen uso del mismo, así como la ejecución de los materiales impresos que emanen del Centro, Departamento, Instituto u estructura administrativa, bajo las premisas establecidas en el Manual de Identidad Visual Corporativa.

USO DE LOS SÍMBOLOS DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA EN PUBLICACIONES, PUBLICIDAD INSTITUCIONAL Y SEÑALIZACIÓN

Artículo 7. Publicaciones, Publicidad Institucional y Señalización.

1.- Todas las publicaciones de la Universidad de Granada incluyendo cartelera, folletos, o cualquier otro soporte para divulgación de actividades deberán contener los elementos básicos de la identidad corporativa.

2.- La publicidad tanto institucional como de cualquier Centro, Departamento o Instituto Universitario de Investigación, así como la publicidad relativa a actividades organizadas por otras estructuras administrativas deberá contener los elementos básicos de la identidad corporativa junto con los símbolos de la estructura organizadora, en los términos establecidos en el Manual de Identidad Visual Corporativa.

3.- Las señalizaciones exteriores e interiores de eventos organizados institucionalmente así como los organizados por Centros, Departamentos, Institutos Universitarios de Investigación o estructuras administrativas, deberán contener los elementos básicos de la identidad corporativa junto con los símbolos de la estructura organizadora, en los términos establecidos en el Manual de Identidad Visual Corporativa.

MATERIAL IMPRESO Y TELEMÁTICO

Artículo 8. Material impreso.

1.- Todos los modelos normalizados de uso común de la Universidad de Granada que se pongan a disposición de los ciudadanos se desarrollarán bajo las directrices establecidas en la presente Normativa y de acuerdo con lo previsto en el artículo 70 de la Ley 30/92 de RJAP y PAC.

2.- En cualquier caso deberán figurar los elementos básicos de la identidad corporativa, según determina el Manual de Identidad Visual Corporativa en cada caso, acompañados de la expresión del título de la solicitud de que se trate.

3.- En aquellos documentos que por su peculiaridad sea necesario indicar datos de carácter personal, deberán figurar al pie del mismo y dentro de los parámetros establecidos por el Manual de Identidad Visual Corporativa todas aquellas advertencias a que se refiere la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre, sobre Protección de Datos de Carácter Personal.

Artículo 9.- Material Telemático.

1.- Todas las publicaciones de origen telemático se ajustarán en la misma medida a lo establecido anteriormente, en lo que se refiere a la inclusión de los elementos de identidad visual conforme a lo indicado en el Manual de Identidad Visual Corporativa.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera.- Todos los símbolos y logotipos diferentes a los aquí definidos y ya en uso deberán ser aprobados, en su caso, de acuerdo con el procedimiento establecido en las presentes normas reguladoras.

Segunda.- Hasta tanto se agoten las existencias de material impreso anteriores a la publicación de este Manual seguirán utilizándose las mismas.

NORMAS GENERALES DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA SOBRE MOVILIDAD INTERNACIONAL DE ESTUDIANTES

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El incremento de intercambios y la experiencia adquirida por la Universidad de Granada en los programas de cooperación internacional aconsejan la actualización y desarrollo de las normas que regulan las condiciones académicas de los estudiantes de la UGR que participan en programas de movilidad (Reglamento General sobre adaptaciones, convalidaciones y reconocimientos de créditos, aprobado por la Junta de Gobierno de la UGR el 4 de marzo de 1996, con las modificaciones aprobadas el 14 de abril de 1997 y el 5 de febrero de 2001) así como una regulación más detallada de la materia que dote de un marco normativo y un respaldo institucional a todo estudiante matriculado en la UGR que, al amparo de un convenio programa, convenio o acuerdo suscrito por la UGR curse parte de sus estudios en una universidad o institución de enseñanza superior extranjera.

Por otro lado, el constante incremento del número de estudiantes extranjeros que desean realizar un periodo de estudios en la Universidad de Granada, que en algunos programas como el Sócrates nos coloca a la cabeza de Europa en recepción de estudiantes internacionales, aconseja regular con claridad los criterios generales de admisión, permanencia y certificación de los estudios realizados por los estudiantes extranjeros en la Universidad de Granada, de forma que se facilite la proyección internacional de la actividad de nuestra Universidad.

En este proceso de internacionalización han jugado un papel muy activo los centros de la UGR (Facultades, Escuelas Técnicas Superiores, Escuelas Universitarias, Institutos de Investigación y otros centros con responsabilidades de docencia y formación), que han realizado un esfuerzo continuado en la promoción y gestión de la movilidad internacional de los estudiantes matriculados en los mismos. La dimensión adquirida por este proceso de internacionalización aconseja el desarrollo de una normativa que regule los procedimientos que deben seguir dichos centros para promover la firma de convenios o acuerdos internacionales de movilidad en el ámbito de las titulaciones o estudios que impartan y que