



E. U. de Estudios Empresariales

(*)UBICACIÓN

(*)

ENDEREZO: RÚA TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

PARA VER A SITUACIÓN NO MAPA PREMA NO SEGUINTE ENLACE OU BEN USE STREETVIEW. PARA ACCESO POR BUS: VITRASA FOTOS DO EDIFICIO CENTRAL DA E.U.E.E E DA AMPLIACIÓN (EDIFICIO ANEXO Á E.U.ENX.TEC.IND.)



(*)COMO CHEGAR Á ESCOLA DE EMPRESARIAIS

(*)

(*)INSTALACIÓNS E SERVIZOS

(*)

(*)EQUIPO DIRECCIÓN

(*)

EQUIPO DE DIRECCIÓN DA E.U.E.E DE VIGO

DIRECTOR: D. Patricio Sánchez Bello

SUBDIRECTOR DE DOCENCIA: D. Ricardo Luaces

SUBDIRECTOR DE CALIDADE E ESPAZO EUROPEO: D^a Pilar Muñoz

SUBDIRECTORA DE RELACIÓNS EXTERIORES: D^a Consuelo Currás

SECRETARIA: D^a Mar Riveiro

(*)CALENDARIO ESCOLAR 2013-2014

(*)

CALENDARIO ESCOLAR 2013-2014

http://secxeral.uvigo.es/opencms/export/sites/secxeral/sites/default/microsites/sxeral/Secretaria_xeral/CALENDARIO.pdf

http://secxeral.uvigo.es/opencms/export/sites/secxeral/sites/default/microsites/sxeral/Secretaria_xeral/crono_13_14.pdf

(*)BOLSAS E AXUDAS Ó ESTUDIANTE

(*)

(*)ALUMNOS CON NECESIDADES ESPECIAIS

(*) 

(*)CULTURA, EMPREGO E ORIENTACIÓN Ó ALUMNO

(*) 

(*)SEGURO ESCOLAR

(*) 

(*)INTERCAMBIOS CON UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS E ESTRANX

(*) 

Grado en Comercio

Asignaturas

Curso 3

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
V06G270V01501	Contabilidad de gestión	1c	6
V06G270V01502	Decisiones de financiación en el comercio	1c	6
V06G270V01503	Planificación de recursos de información integrados	1c	6
V06G270V01504	Gestión del comercio exterior	1c	6
V06G270V01505	Idioma para la negociación intercultural: Inglés	1c	6
V06G270V01506	Idioma para la negociación intercultural: Francés	1c	6
V06G270V01507	Idioma para la negociación intercultural: Alemán	1c	6
V06G270V01601	Presentación e interpretación de la información financiera	2c	6
V06G270V01603	Marketing internacional	2c	6
V06G270V01604	Derecho del trabajo	2c	6
V06G270V01605	Tributación de las operaciones comerciales	2c	6
V06G270V01606	Estrategia empresarial y gestión de ayudas	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Contabilidad de gestión				
Asignatura	Contabilidad de gestión			
Código	V06G270V01501			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Martín-Casal García, José Antonio			
Profesorado	Martín-Casal García, José Antonio			
Correo-e	jamartin@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Fundamentos de la contabilidad de costes, el coste y su repercusión en el valor de las existencias y en cálculo del resultado del ejercicio (elementos del coste del producto, sistemas de acumulación y métodos de cálculo.			

Competencias de titulación	
Código	
A19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.
A20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B12	CT12. Creatividad.
B17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Competencias de materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
A19 CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.	A19 B6
A20 CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.	A20 B8 B12 B17

Contenidos	
Tema	
TEMA 1. Análisis coste/volumen/beneficio.	1. Objetivo, hipótesis y limitaciones del modelo. 2. Cálculo analítico del punto de equilibrio. 3. Construcción de la representación gráfica del punto de equilibrio. 4. Análisis de sensibilidad. Apalancamiento operativo. 5. Indicadores relacionados con el punto de equilibrio. 6. Casos de multiproducción. 7. Análisis del C-V-B en condiciones de riesgo e incertidumbre.
TEMA 2. La medición del coste y del beneficio en la toma de decisiones a corto plazo. Ingresos y costes relevantes.	1. Introducción. 2. El concepto de coste/ingreso relevante para la toma de decisiones en un horizonte temporal de corto plazo. 3. Factores cuantitativos y cualitativos que inciden en el proceso de toma de decisiones. 4. Ejemplos de aplicación a tópicos de decisión.
TEMA 3. El comportamiento en las organizaciones y centros de responsabilidad (I)	1. Introducción 2. La necesidad de control y la contabilidad de gestión. 3. Aspectos a considerar en el diseño, implantación y utilización de la contabilidad de gestión como instrumento de control. 4. La adaptación de la contabilidad de gestión a la estrategia y a la estructura de la empresa.

TEMA 4. Centros de responsabilidad (II) y centros de beneficios.	1. Introducción. 2. Algunas consideraciones sobre los centros de beneficios. 3. Criterios para medir y controlar al responsable de un centro de beneficios. 4. Resumen
TEMA 5. Precios de transferencia	1. Introducción. 2. Concepto de precio de transferencia. 3. Objetivos de los precios de transferencia. 4. Condiciones a tener en cuenta al establecer un sistema de precios de transferencia. 5. Posibles restricciones para la fijación de precios de transferencia. 6. Métodos para la fijación de precios de transferencia
TEMA 6. El proceso presupuestario.	1. El proceso presupuestario. 2. Consideraciones en torno al concepto de presupuesto. 3. Presupuesto maestro y presupuestos operativos. 4. Técnicas de presupuestación. 5. El control presupuestario.
TEMA 7. Costes estandar y análisis de desviaciones	1. Introducción. 2. Tipos de estándares. 3. Cálculo de desviaciones; Ejemplo. 4. Supuestos.
TEMA 8. Herramientas contables con enfoque estratégico.	1. La gestión del ciclo de vida. 2. El coste objetivo. 3. La gestión basada en la actividad (ABM) 4. El coste y la reingeniería de procesos. 5. La calidad y el coste. 6. La gestión del coste y la cadena de valor. 7. La gestión del coste medioambiental. 8. Sistemas justo a tiempo.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	14	28	42
Presentaciones/exposiciones	14	28	42
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	21	21
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	21	21
Trabajos de aula	21	0	21
Pruebas de tipo test	1	0	1
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	2	0	2
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

Metodologías	
	Descripción
Sesión magistral	Exposición resumida en el aula, por parte del profesor, del contenido del tema para enmarcar su contenido y facilitar el estudio posterior de los estudiantes.
Presentaciones/exposiciones	Los alumnos, de forma individual o en grupo, harán una exposición de los aspectos más sobresalientes del tema estudiado respondiendo a las preguntas realizadas por el profesor.
Resolución de problemas y/o ejercicios	De forma autónoma, el alumno preparará los test, contenidos en los temas, de forma que le sirva de guía autoevaluadora de los conocimientos adquiridos.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	De forma autónoma, el alumnos preparará los ejercicios, contenidos en los temas, como práctica de los contenidos teóricos adquiridos.
Trabajos de aula	Los alumnos desarrollarán, utilizando hoja de cálculo excel, un modelo de simulación sobre alguno de los temas incluidos en el temario. Se valorará la originalidad y consistencia del modelo

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Trabajos de aula	A solicitud del alumno se resolverán las dudas que se puedan plantear en el horario de tutorías que se publicará.
Presentaciones/exposiciones	A solicitud del alumno se resolverán las dudas que se puedan plantear en el horario de tutorías que se publicará.

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Presentaciones/exposiciones	Valoración del grado de asimilación, claridad expositiva, de síntesis y de presentación del tema tratado de forma individual o en grupo y de las respuestas dadas a las preguntas del profesor.	15
Trabajos de aula	Valoración de la originalidad, consistencia, entidad y facilidad de uso del modelo desarrollado.	15
Pruebas de tipo test	Realización de preguntas test/trivial en el aula+dos pruebas tipo test a lo largo del curso, con 3 o 4 posibles respuestas para cada ítem siendo solamente una de ellas válida. Los errores puntúan en negativo.	50
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Realización de un examen práctico a la conclusión de la materia de 3 o 4 ejercicios.	20

Otros comentarios sobre la Evaluación

Quienes renuncien a la evaluación continua (no presentándose a los dos exámenes: test y práctico) deberán realizar un examen global que se superará, obteniendo al menos un 3 sobre 10 en cada parte, con una calificación de 5 sobre 10. El examen global será también el método de evaluación en segunda convocatoria.

Fuentes de información

AECA, **La contabilidad de gestión como instrumento de control**. Dcmtº nº 2 serie principios de contab. de gestión, 1990,
 AECA, **El proceso presupuestario en la empresa**. Dcmtº nº 4 de la serie principio de contab.de gestión, 1992,
 Alvarez-Dardet Espejo, MªC. y Gutierrez Hidalgo, F., **Contabilidad de gestión; profundización en el cálculo del coste y proceso de planificación y control**, 2010,
 Anthony, R.N. y Govindarajan, V., **sistemas de control de gestión (10ª edic.)**, 2003,
 Donoso Anes, R. y Donoso Anes, A., **sistemas de costes e información económica**, 2011,
 Horngren, C.T, Datar, S.M. y Foster, G., **Contabilidad de costos; un enfoque gerencial**, 2007,
 Drury, C., **Management accounting for business (4ª edit)**., 2009,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204
 Informática aplicada a la gestión comercial/V06G270V01307

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Decisiones de financiación en el comercio				
Asignatura	Decisiones de financiación en el comercio			
Código	V06G270V01502			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 3	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición				
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Huarte Galbán, Cecilio			
Profesorado	Docampo Barrueco, José María Huarte Galbán, Cecilio			
Correo-e	chuarte@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Interpretación y toma de decisiones de financiación en todas las posibles modalidades: autofinanciación y financiación externa. Análisis del sistema financiero.. Estimación del coste de las diferentes alternativas financieras			

Competencias de titulación

Código	
A2	CE2. Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto. Saber vincular el objeto y condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.
A3	CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.
A4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
A6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
A8	CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.
A9	CE9. Conocer las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil, adquiriendo capacidad para entender e informar sobre los principales aspectos jurídico-empresariales.
A12	CE12. Entender la normativa reguladora de las relaciones laborales y de la seguridad social, adquiriendo la capacidad de informar y gestionar en materia de empleo, contratación laboral y riesgos para la salud asociados a las tareas, adquiriendo capacidades y destrezas para la confección de nóminas, cotizaciones sociales y finiquitos.
A16	CE16. Conocer y entender el tratamiento jurídico de los tipos más relevantes de los contratos mercantiles, aprendiendo a interpretarlos y a conocer los principios básicos de su redacción y ejecución a través de las distintas modalidades de cumplimiento y pago, en especial a través de efectos de comercio y adquiriendo competencia para su extensión y comprensión sobre las consecuencias de su utilización.
B1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
B13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
B18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Adquirir conocimientos acerca de la financiación interna de la empresa, a través de los métodos de autofinanciación.	A2	B1
	A3	B3
	A6	
	A12	

Adquirir conocimientos acerca de la financiación externa a través de la renta variable.	A2 A3 A6 A8 A12	B1 B3
Adquirir conocimientos acerca de la financiación externa a través de la renta fija.	A2 A3 A6 A8 A12	B1 B3
Conocer las distintas formas de financiación externa bancaria así como capacidad de elección entre las mismas.	A2 A6 A8 A12 A16	B1 B3 B4 B8 B10
Conocer el funcionamiento y composición del sistema financiero español: instituciones y mercados.	A4 A9 A16	B1 B10 B13 B18

Contenidos

Tema	
Tema 1. LA FINANCIACION INTERNA DE LA EMPRESA	1.1. La autofinanciación. 1.2. La autofinanciación y su efecto multiplicador. 1.3. La amortización y su efecto expansivo. 1.4. Amortización técnica y financiera. 1.5. Métodos de amortización técnica y financiera.
Tema 2. LA FINANCIACION EXTERNA: Renta variable	2.1. Introducción. 2.2. Financiación externa de la empresa: renta variable. 2.3. Ampliación de capital. 2.4. Tipos de emisiones.
Tema 3. LA FINANCIACION EXTERNA DE LA EMPRESA: Renta fija.	3.1. Las obligaciones y bonos. 3.2. La rentabilidad, duración y convexidad de un título de renta fija. 3.3. Los pagarés de empresa.
Tema 4. FINANCIACIÓN EXTERNA PRÉSTAMOS CRÉDITOS	4.1. Préstamos. 4.2. Créditos. 4.3. Descuento de efectos comerciales. 4.4. Leasing. 4.5. Factoring. 4.6. Confirming. 4.7. Coste de los recursos utilizados.
Tema 5. SISTEMA FINANCIERO ESPAÑOL: INSTITUCIONES FINANCIERAS	5.1. Introducción al Sistema Financiero. 5.2. Instituciones financieras bancarias. 5.3. Instituciones financieras no bancarias.
Tema 6. SISTEMA FINANCIERO ESPAÑOL: MERCADOS FINANCIEROS.	6.1. Clasificación 6.2. El mercado de valores. 6.3. El mercado de Deuda Pública. 6.4. El mercado de Deuda Corporativa 6.5. Mercado de productos Financieros Derivados (MEFF).

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	5	10	15
Tutoría en grupo	5	10	15
Prácticas en aulas de informática	10	16	26
Sesión magistral	30	60	90
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	2	0	2
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	0	2

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

Descripción

Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la asignatura. El alumno debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante la ejercitación de rutinas, la aplicación de fórmulas o algoritmos, la aplicación de procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados. Se suele utilizar como complemento de la lección magistral
Tutoría en grupo	Entrevistas que el alumno mantiene con el profesorado de la asignatura para asesoramiento/desarrollo de actividades de la asignatura y del proceso de aprendizaje. Enseñanza basada en proyectos de aprendizaje: Método en el que los estudiantes llevan a cabo la realización de un proyecto en un tiempo determinado para resolver un problema o abordar una tarea mediante la planificación, diseño y realización de una serie de actividades.
Prácticas en aulas de informática	Actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas, y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio, que se realizan en aulas de informática.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Aprendizaje colaborativo entre el profesor y el alumno, bien individualmente o en grupos reducidos para la resolución de dudas y consultas del alumnado relacionados con la materia.
Tutoría en grupo	Aprendizaje colaborativo entre el profesor y el alumno, bien individualmente o en grupos reducidos para la resolución de dudas y consultas del alumnado relacionados con la materia.
Prácticas en aulas de informática	Aprendizaje colaborativo entre el profesor y el alumno, bien individualmente o en grupos reducidos para la resolución de dudas y consultas del alumnado relacionados con la materia.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Resolución de una prueba escrita presencial, al final del cuatrimestre, sobre la parte teórica(40%) y práctica (60%) de la materia.	80
Resolución de problemas y/o ejercicios	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la asignatura. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma, tanto a nivel teórico como práctico.	20

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para la segunda convocatoria, se mantendrá la nota obtenida en el apartado "Resolución de problemas y ejercicios"

Fuentes de información

López Lubián, F.; García Estevez, P., **Finanzas en el mundo corporativo. Un enfoque práctico**, Madrid 2005,
 Suarez Suarez, A.S., **Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa**, Madrid, 2006,
 Pison Fernández, I., **Dirección y gestión financiera de la empresa**, Madrid 2001,

Páginas webs recomendadas:

www.bolsamadrid.es
 www.bolsasymercados.es
 www.aebanca.es
 www.ceca.es
 www.unacc.es
 www.tesoro.es

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

Decisiones de inversión en el comercio/V06G270V01402

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumno en la materia y se concibe

flexible, en consecuencia, puede requerir ajustes a lo largo del curso académico promovidos por la dinámica de la clase y del grupo de destinatarios real o por la relevancia de las situaciones que pudiesen surgir. Así mismo, se le aporta al alumnado la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Planificación de recursos de información integrados**

Asignatura	Planificación de recursos de información integrados			
Código	V06G270V01503			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Sandoval Pérez, María de los Angeles			
Profesorado	Sandoval Pérez, María de los Angeles			
Correo-e	sandoval@uvigo.es			

----- GUÍA DOCENTE NO PUBLICADA -----

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Gestión del comercio exterior				
Asignatura	Gestión del comercio exterior			
Código	V06G270V01504			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	González López, María Isabel			
Profesorado	González López, María Isabel			
Correo-e	isabelg@uvigo.es			
Web				
Descripción general	El objetivo de esta materia es ofrecer al alumno una visión pormenorizada de los aspectos básicos del comercio exterior, que debe conocer una empresa que comercializa sus productos en los mercados internacionales: condiciones de envío, medidas de política comercial, obstáculos al comercio, medidas de fomento de la exportación, gestión aduanera			

Competencias de titulación

Código	
A6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
A22	CE22. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.
A23	CE23. Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
(*)(*)Saber localizar, seleccionar y analizar la información y y conocer las variables que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.	A6	B3
	A22	B4
	A23	B6
		B8

Contenidos

Tema	
PARTE I. INTRODUCCIÓN	1.1 Comercio exterior, interior e internacional.
1. Conceptos básicos.	1.2 Organismos económicos internacionales.
	1.3 Operaciones empresariales internacionales. 1.4 Teoría simple de la balanza de pagos.
	1.5 La balanza de pagos de España.
2. La compraventa internacional.	2.1 El contrato de compraventa internacional de mercancías.
	2.2 Términos comerciales de la compraventa internacional (INCOTERMS).
	2.3 Las condiciones de pago.
PARTE II. FISCALIDAD Y ASPECTOS CONEXOS	3.1 Los instrumentos de protección: concepto y clasificación.
3. La protección exterior.	3.2 Descripción de los instrumentos más comunes.
	3.3 Medidas de defensa comercial.
	3.4 Regímenes comerciales de importación y exportación.
4. Arancel de aduanas.	4.1 Concepto y clasificación de los derechos arancelarios.
	4.2 La Nomenclatura Combinada y el TARIC.
	4.3 Procedimientos para determinar el valor en aduana.
	4.4 El despacho aduanero
5. El Impuesto sobre el Valor Añadido en las relaciones exteriores.	5.1 Los ajustes fiscales en frontera.
	5.2 El IVA en la importación.
	5.3 El IVA en la exportación.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	28	18	46
Resolución de problemas y/o ejercicios	8	10	18
Prácticas en aulas de informática	8	0	8
Seminarios	6	3	9
Trabajos tutelados	2	10	12
Foros de discusión	0	3	3
Pruebas de respuesta corta	2	0	2
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	0	2

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Son horas presenciales que solamente implican para los alumnos la participación planteando preguntas y debates. Se trata de ofrecer de forma resumida la teoría necesaria para llevar a cabo las demás metodologías.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Ejemplos prácticos y resolución de problemas que ayuden a comprender y aplicar la gestión del comercio exterior.
Prácticas en aulas de informática	Se trata de buscar en las páginas web adecuadas la información necesaria para la cumplimentación de documentos de importación, exportación, certificados...
Seminarios	Son horas presenciales para impartir temas muy prácticos y que, al principio, requieren combinar teoría con ejercicios.
Trabajos tutelados	El trabajo principal consistirá en elaborar un informe sobre la liberalización del comercio agrícola a nivel mundial y su impacto sobre las economías de los países con distintos grados de desarrollo.
Foros de discusión	Debates propuestos por los profesores o los alumnos en un foro de la plataforma faitic.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	En horario de tutorías. No obstante, la atención personalizada también se puede realizar en una fecha y hora acordada por el profesor y el alumno.
Trabajos tutelados	En horario de tutorías. No obstante, la atención personalizada también se puede realizar en una fecha y hora acordada por el profesor y el alumno.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Asistencia y participación en las clases	5
Resolución de problemas y/o ejercicios	Realizados en las clases prácticas o fuera del horario de clases	5
Prácticas en aulas de informática	Prácticas realizadas en el aula de informática	5
Seminarios	Balanza de pagos y/o valor en aduana	10
Trabajos tutelados	Informe sobre la creación de una empresa mixta y otros trabajos complementarios	10
Foros de discusión	Debates en la plataforma faitic	5
Pruebas de respuesta corta	En los exámenes parciales o en el examen oficial de la asignatura	30
Resolución de problemas y/o ejercicios	En los exámenes parciales o en el examen oficial de la asignatura	30

Otros comentarios sobre la Evaluación

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

- Evaluación continua: los alumnos deberán aprobar al menos un examen parcial (incoterms). Para tener derecho a las pruebas parciales deben asistir a las clases (mínimo un 75%, tanto teóricas como prácticas), realizar el trabajo principal (nota mínima un 3 sobre 10) y participar en los foros de la plataforma faitic. Es necesario aprobar las dos partes (pruebas y/o examen/actividades).

- Evaluación tradicional: los alumnos deberán aprobar el examen fijado oficialmente. Realizar también un trabajo y ejercicios prácticos solicitados por el alumno, planteados por el profesor y entregados diez días antes del examen oficial. Es obligatorio aprobar las dos partes (examen/actividades).
- Segunda oportunidad: los alumnos en evaluación continua deberán completar las tareas y actividades exigidas en este sistema y presentarse al examen oficial con la materia de las pruebas parciales no aprobadas. Los alumnos que hayan optado por la evaluación tradicional tienen que cumplir los requisitos establecidos anteriormente para este sistema de evaluación.

Fuentes de información

GONZÁLEZ LÓPEZ, M.I., MARTÍNEZ, A.I. et al, Gestión del comercio exterior, 2011, ESIC, Madrid

GUISADO TATO, MANUEL, Internacionalización de la empresa: estrategias de entrada en los mercados exteriores, 2002, Pirámide, D.L., Madrid

RAMBLA JOVANI, A. et al, Facbook comercio exterior, 2002, ESIC y Editorial Aranzadi, Navarra

SÁNCHEZ MUÑOZ, M.P. y LAGUNA, N., El comercio exterior de España. Teoría y práctica, 2007, Pirámide, Madrid

Páginas web recomendadas:

www.aeat.es

www.comercio.es

www.europa.eu

www.icex.es

www.unctad.org

www.wto.org

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Marketing internacional/V06G270V01603

Tributación de las operaciones comerciales/V06G270V01605

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumno en la materia y se concibe de forma flexible. En consecuencia, puede requerir reajustes a lo largo del curso académico promovidos por la dinámica de la clase y del grupo de destinatarios real o por la relevancia de las situaciones que pudiesen surgir. Asimismo, se aportará al alumnado la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Idioma para a negociación intercultural: Inglés				
Asignatura	Idioma para a negociación intercultural: Inglés			
Código	V06G270V01505			
Titulación	Grao en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento	Filoloxía inglesa, francesa e alemá			
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	González Crespan, María Araceli			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	http://fatic.uvigo.es			
Descrición xeral	Profundización nos aspectos comunicativos comerciais en lingua inglesa, centrados nas negociacións e os compoñentes culturais que inciden na comunicación. Abordaránse as catro macrodestrezas e as microdestrezas profesionais, con textos especializados e auténticos. Entre outros temas, prestaráse especial atención ás negociacións comerciais e reunións de empresa (internas e externas) nun contexto internacional, ás reclamacións e a súa xestión, e ós documentos propios do comercio internacional.			

Competencias de titulación	
Código	
A3	CE3. Coñecer e saber interpretar a dimensión social da actividade económica, a dinámica das relacións sociais e as distintas realidades culturais que configuran o comercio, a sociedade de consumo e os estilos de vida.
A8	CE8. Comprender os procesos psicosociolóxicos mediante os cales as persoas aprenden, deciden, se comunican, xestionan as súas necesidades e relacións, negocian, mercan, etc. co fin de desenvolver competencias útiles no ámbito persoal e profesional.
A18	CE18. Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemá) co obxecto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.
B1	CT1. Habilidades de comunicación oral e escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).
B7	CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.
B8	CT8. Capacidade para liderar e traballar en equipo.
B9	CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.

Competencias de materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
CE18. Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán) co obxecto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.	A18
CT1. Habilidades de comunicación oral e escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).	B1
CE3. Coñecer e saber interpretar a dimensión social da actividade económica, a dinámica das relacións sociais e as distintas realidades culturais que configuran o comercio, a sociedade de consumo e os estilos de vida.	A3
CE8. Comprender os procesos psicosociolóxicos mediante os cales as persoas aprenden, deciden, se comunican, xestionan as súas necesidades e relacións, negocian, mercan, etc. co fin de desenvolver competencias útiles no ámbito persoal e profesional.	A8
CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.	B7
CT8. Capacidade para liderar e traballar en equipo.	B8
CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.	B9

Contidos	
Tema	
Reunións	Presidir unha reunión Toma de decisións Expresar opinións, interromper e clarificar Concluir e pechar a sesión

Diversidade cultural e comercio	Cultura na empresa Contactos interculturais Xestión de conflitos
Negociacións	Preparación e obxetivos Proceso negociador Aceptación y confirmación Resumen e conclusiones Tipos de negociación, tácticas e estratexias
O mix de márketing	Producto Precio Distribución Promoción Informe e presentación oral

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	2	0	2
Sesión maxistral	26	60	86
Prácticas de laboratorio	22	40	62

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodoloxía docente

	Descrición
Actividades introductorias	Presentación da materia, do sistema de traballo e da avaliación
Sesión maxistral	Presentación dos contidos teóricos, discusión dos mesmos e instrucións para os traballos e exercicios a realizar
Prácticas de laboratorio	Posta en práctica das destrezas comunicativas en inglés en grupos pequenos, a través de actividades individuais, por parellas o en grupo

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	Atención personalizada nas sesións de práctica en grupos pequenos e nas tutorías (Despacho 23, EUEE)

Avaliación

	Descrición	Calificación
Sesión maxistral	1. Probas escritas e/ou orais individuais a realizar na clase (30%) 2. Informe e presentación do mix de márketing (20%) 3. Outras tarefas a realizar dentro ou fora da aula, por exemplo, un estudio de caso sobre conflitos culturais (10%)	60
Prácticas de laboratorio	1. Participación activa e relevante na aula (5%) 2. Outras actividades orais en grupo a determinar. Por exemplo, simulacións de reunións ou negociacións (35%)	40

Otros comentarios sobre la Evaluación

A avaliación será continua. A condición para ser avaliado será a asistencia a un 80% das sesións presenciais.

As actividades que a profesora solicite realizar dentro ou fóra da aula, con ou sen previo aviso, deben entregarse puntualmente para seren avaliadas.

O alumnado que non supere a avaliación continua na primeira edición de actas (maio) deberá facer un examen en xullo que suporá o 100% da calificación final.

Se algún alumno/a non pode asistir ó 80% das sesións presenciais e seguir a avaliación continua **deberá comunicarllo ó profesorado argumentadamente ó comezo do curso**. Este alumnado deberá realizar na primeira edición de actas (maio) unha proba final que suporá o 100% da cualificación final. De non superar a materia na 1ª edición de actas (maio), o alumno terá que presentarse na 2ª edición de actas (xullo).

Recoméndase encarecidamente ó alumnado asistir a cantas sesións presenciais poida mesmo que non acade o 80% requirido.

N.B.: En caso de calquera tipo de plaxio a cualificación final será de suspenso.

Bibliografía. Fontes de información

Sweeney, Simon, **English for Business Communication (Student's Book)**, Cambridge University Press,

Crowther-Alwyn, John 1997: *Business Roles*. Cambridge: Cambridge University Press.

Mascull, Bill 2002: *Business Vocabulary in Use*. Cambridge: Cambridge University Press.

Trappe, Tonya & Grahame Tullis 2005: *Intelligent Business (Intermediate)*. Harlow: Pearson Education Limited.

2) Vídeo

Brieger, Nick & Simon Sweeney 1994: *The Language of Business English. Grammar and Functions*. Hempstead: Prentice Hall.

Adam, J.H. 1991: *Dictionary of Business English*. Harlow: Longman.

Alcaraz, Enrique y Brian Hughes 2004: *Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales: inglés-español*. Barcelona: Ariel (4ª ed.).

Acronym Finder: <http://www.acronymfinder.com/>

Foreignword.com. The Language Site: [http://www.foreignword.com/Harraps Marketing Dictionary: English-Spanish](http://www.foreignword.com/Harraps_Marketing_Dictionary:_English-Spanish). Edinburgh: Chambers Harrap, 2004.

Lozano Irueste, José María 1998: *Nuevo Diccionario Bilingüe de Economía y Empresa*. Madrid: Pirámide.

Silva Rojas, Terencia, María Jesús Barsanti, María José Corvo y Beatriz Figueroa 2009: *Diccionario cuatrilingüe de marketing y publicidad: inglés, español, francés y alemán*. Badajoz: @bedecedario.

Marketing mix (Price, Place, Promotion, Product):

<http://www.thetimes100.co.uk/theory/theory--marketing-mix-price-place-promotion-product--243.php>

Marketing plan executive summary examples:

<http://www.docstoc.com/search/marketing-plan-executive-summary-examples/>

Recomendacións

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Idioma comercial: Inglés/V06G270V01304

Otros comentarios

O alumnado deberá chegar puntualmente para ser recoñecida a súa asistencia.

É imprescindible asistir sempre cos materiais necesarios para o seguimento da clase (libro e outro material disposto pola profesora, de selo caso).

O uso de aparellos de telefonía móbil quedan estrictamente prohibidos na aula. O non cumprimento desta norma suporá automaticamente a expulsión do estudante.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Idioma para a negociación intercultural: Francés**

Asignatura	Idioma para a negociación intercultural: Francés			
Código	V06G270V01506			
Titulación	Grao en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición				
Departamento	Filoloxía inglesa, francesa e alemá			
Coordinador/a	Salceda Rodríguez, Hermes			
Profesorado	Salceda Rodríguez, Hermes			
Correo-e	hermes.salceda@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descrición general	Se pretende en esta materia que los estudiantes perfeccionen sus competencias de comunicación en las relaciones comerciales internacionales.			

Competencias de titulación

Código	
A18	CE18. Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elegida (inglés, francés ou alemá) co obxecto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.
A26	CE26. Saber empregar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais d'a práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Mellorar o coñecemento da lingua instrumental co fin de obter unha competencia lingüística e comunicativa na lingua obxecto de estudio no entorno profesional.	A18 A26
Comunicar de modo efectivo con claridade, concisión e precisión tanto dentro da organización como con interlocutores estranxeiros.	A18 A26

Contidos

Tema	
1. La empresa y su organización	☐ la empresa y su personal: los colegas, el reclutamiento, la formación... ☐ la gestión de la empresa ☐ la creación de empresas ☐ los clientes ☐ los proveedores ☐ los bancos y los seguros ☐ los transportes ☐ el entorno de la empresa
2. La comunicación profesional en la empresa	☐ la recepción, los distintos tipos de entrevistas, el teléfono. ☐ las reuniones, exponer, ordenar, conducir. ☐ al teléfono: informar, dejar mensajes
3. La comunicación escrita en la empresa	☐ tomar notas ☐ redactar notas de servicio ☐ cubrir todo tipo de formularios ☐ las cartas comerciales ☐ interpretar gráficos y estadísticas.
4. Décrire les états anciens, les habitudes du passé, les actions en cours d'accomplissement.	Les valeurs de l'imparfait. L'opposition état passé/état présent. Les valeurs du plus-que parfait. L'opposition imparfait/passé composé
5. Exprimer ses intentions, faire des pronostics, exprimer les souhaits, les désirs. Faire des hypothèses	Le futur, le conditionnel, l'hypothèse, les modalités de l'éventualité.
6. Donner des ordres. Refuser ou accepter des ordres. Suggérer, donner des conseils	Les formes de l'injonction.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos tutelados	10	0	10
Sesión maxistral	28	50	78
Outros	3	15	18
Resolución de problemas e/ou ejercicios	14	18	32
Probas prácticas, de ejecución de tarefas reais e/ou simuladas.	3	9	12

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodoloxía docente

	Descripción
Trabajos tutelados	Se orientará a los estudiantes sobre los trabajos a realizar.
Sesión maxistral	Tendrán carácter teórico práctico.
Outros	Actividades de expresión oral y escrita.
Resolución de problemas e/ou ejercicios	El trabajo se basará en la explotación comunicacional de documentos auténticos.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	El profesor guiará a los estudiantes en la realización de sus trabajos de curso.
Pruebas	Descripción
Probas prácticas, de ejecución de tarefas reais e/ou simuladas.	El profesor guiará a los estudiantes en la realización de sus trabajos de curso.

Avaliación

	Descripción	Calificación
Sesión maxistral	Examen teórico/práctico	60
Resolución de problemas e/ou ejercicios	Trabajos a realizar por los estudiantes	40

Otros comentarios sobre la Evaluación

Bibliografía. Fontes de información

BOULARES, M. & FREROT, J-L., Grammaire progressive du français (avec livret de corrigés), 1997, Clé International, Paris.

CALLAMAND, M., Grammaire vivante du Français, 1989, Clé International, Paris.

SIREJOLS, E. & RENAUD, D., Grammaire. 450 nouveaux exercices (avec livret de corrigés), 2001, Clé International, Paris.

REY, A., REY-DEBOVE, J., Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française : Petit robert, 2008, Le Robert, Paris.

, , ,

E. BÉRARD, Y. CANIER, C. LAVENNE, Tempo 1, 2000, Didier/Hatier, Paris.

J. COURTILLON & S. RAILLARD, Archipel 1, 1983, Didier, Paris.

LAROUSSE, Dictionnaire Fr./Esp./Fr., 2008, Larousse, Paris.

Liens utiles

<http://www.adodoc.net>

--- Des activités sur des documents authentiques oraux et écrits.

http://www.inalf.fr/cgi-bin/mep.exe?HTML=mep_tlfi.txt

--- Site de l'Institut National de la Langue Française

<http://www.rfi.fr/>

--- Site de Radio France Internationale. Incontournable pour le développement de la compréhension orale.

<http://www.arte.tv/fr/70.html>

--- La chaîne de télévision franco-allemande propose des contenus culturels très actuels et tendance.

Recomendacións

Otros comentarios

Se recomienda la frecuentación de los medios de comunicación franceses.

Se aconseja el uso de las herramientas virtuales de auto-aprendizaje.

NOTA BENE:

Los estudiantes que lo deseen tendrán derecho a un examen que valdrá por el 100% de su nota.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Idioma para la negociación intercultural: Alemán				
Asignatura	Idioma para la negociación intercultural: Alemán			
Código	V06G270V01507			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición				
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	Barsanti Vigo, Maria Jesús			
Profesorado	Barsanti Vigo, Maria Jesús			
Correo-e	barsanti@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	En este curso de Idioma para la negociación intercultural: Alemán, se profundizará sobre los contenidos y habilidades alcanzadas en la asignatura de Idioma Comercial I: Alemán. Se analizarán las necesidades en la empresa y en su entorno, su funcionamiento en el ámbito de las relaciones internacionales, así como la creación de empresas en el exterior y la financiación de la empresa y su mercado, el comercio exterior, las negociaciones y la compra-venta y la distribución y el transporte, además de los seguros y los pagos internacionales.			

Competencias de titulación

Código	
A3	CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.
A6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
A7	CE7. Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.
A25	CE25. Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales.
A26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
B1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.	A3
Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.	A6
Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.	A7
Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales.	A25
Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.	A26
Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).	B1

Contenidos	
Tema	
1. Der Genitiv	1. Vorlektion: Lerntipps
2. Das Verb: Präteritum, Perfekt und Plusquamperfekt.	2. Die Zwecke und die Konkurrenzfähigkeit
3. Modalverben.	3. Die Führung
4. Das Nomen: Deklination.	4. Die Finanzierung
5. Präpositionale Strukturen.	5. Anfrage und Angebot
6. Unbestimmte Pronomen.	6. Werbebrief und Nachfassbrief
7. Wechselprepositionen.	7. Bestellung oder Widerruf und Lieferung
8. Die Pronomen.	8. Zahlung
9. Das Passiv.	9. Kreditauskunft
10. Die Nebensätze.	10. Die Einfuhr und die Ausfuhr

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	10	0	10
Trabajos tutelados	5	0	5
Prácticas de laboratorio	40	0	40
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	90	90
Pruebas de respuesta corta	0	5	5

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías	
	Descripción
Sesión magistral	Presentación de contenidos teóricos y de actividades a realizar en el aula
Trabajos tutelados	Resolución de tareas y actividades orales y escritas
Prácticas de laboratorio	Presentación de trabajos, tareas y ejercicios
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Preparación de tareas, trabajos y estudio de contenidos

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Atención personalizada en las horas de tutorías publicadas en el Centro
Prácticas de laboratorio	Atención personalizada en las horas de tutorías publicadas en el Centro

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Presentación de trabajos, tareas y ejercicios y resolución de tareas y actividades orales y escritas	25
Pruebas de respuesta corta	Examen escrito en la fecha oficial publicada por el Centro	75

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se evaluará de acuerdo con un sistema de evaluación continua que incluye la suma de las calificaciones obtenidas de acuerdo con los siguientes porcentajes:

Examen escrito de contenido léxico y gramatical: 75%

Asistencia, participación en el desarrollo de las clases y entrega puntual de ejercicios: 25%

Se llevará a cabo un control de asistencia mediante un parte de firmas y se valorará la regular asistencia a las clases presenciales, así como el nivel de interés y participación en las mismas. No se obtendrá puntuación por este concepto cuando la asistencia haya sido inferior a un 80% del total de las horas de clase. Se informará al profesor de cualquier incidencia en relación con la no asistencia a las clases.

Cada falta de asistencia, para que no compute en el 80% obligatorio, deberá ser justificada adecuadamente.

Observación: los alumnos que no cumplan todos los requisitos y, por tanto, no se les pueda aplicar la evaluación continua, solo podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria de julio: la prueba consistirá en un examen escrito final de

contenido léxico y gramatical (100%)

Fuentes de información

Langenscheidt, **Diccionario Moderno Alemán-Español/Español-Alemán**, 2005,

Castell, A., **Gramática de la lengua alemana**, 2005,

Haensch-López Casero, **Wirtschaftsterminologie Spanisch/Deutsch**, 1995,

Hering, A. und Matussek, M., **Geschäftskommunikation. Schreiben und Telefonieren**, 1996,

Stalb, H., **Aufbaukurs Deutsch**, 1993,

Terencia Silva Rojas, Beatriz Figueroa Revilla, M^a José Corvo Sánchez, M^a Jesús Barsanti Vigo y Mari, **Diccionario Cuatrilingüe de Marketing y Publicidad: Inglés, Español, Francés y Alemán.**, 2009,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Idioma comercial: Alemán/V06G270V01306

Otros comentarios

Se recomienda tener conocimientos de lengua alemana. Nivel mínimo requerido A1.1

DATOS IDENTIFICATIVOS**Presentación e interpretación de la información financiera**

Asignatura	Presentación e interpretación de la información financiera			
Código	V06G270V01601			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua Impartición				
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Crespo Domínguez, Miguel Ángel			
Profesorado	Cid Deus, Jaime Ramón Crespo Domínguez, Miguel Ángel			
Correo-e	macrespo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Análisis de la información financiera de las sociedades mercantiles utilizando sus cuentas anuales			

Competencias de titulación

Código	
A6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
A7	CE7. Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.
A8	CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.
A10	CE10. Desarrollar los conocimientos necesarios para formular y analizar la información financiera relacionada con las combinaciones de negocios.
A12	CE12. Entender la normativa reguladora de las relaciones laborales y de la seguridad social, adquiriendo la capacidad de informar y gestionar en materia de empleo, contratación laboral y riesgos para la salud asociados a las tareas, adquiriendo capacidades y destrezas para la confección de nóminas, cotizaciones sociales y finiquitos.
A13	CE13. Conocer los reglamentos de los impuestos, en particular los que afectan a las transacciones, con el fin de saber cumplimentar las correspondientes declaraciones, así como el régimen jurídico de la obligación tributaria y los procedimientos de aplicación de los tributos, en especial la liquidación, recaudación e inspección.
A15	CE15. Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio, así como el diseño y análisis de encuestas mediante muestreo probabilístico para la realización de estudios de mercado.
A16	CE16. Conocer y entender el tratamiento jurídico de los tipos más relevantes de los contratos mercantiles, aprendiendo a interpretarlos y a conocer los principios básicos de su redacción y ejecución a través de las distintas modalidades de cumplimiento y pago, en especial a través de efectos de comercio y adquiriendo competencia para su extensión y comprensión sobre las consecuencias de su utilización.
B1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
B2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
B5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
B10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
B11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
B13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
B14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
(*)(*)	A6 A7 A8 A10 A12 A13 A15 A16	
(*)(*)		B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 B11 B13 B14

Contenidos

Tema	
1. El Análisis Financiero	1. El Análisis Financiero
2. Los Estados Financieros	Introducción
3. Consolidación de Estados Financieros	La Información Económico-Financiera
4. La Opinión de Auditoría	Fundamentos
5. El Análisis Económico-Financiero	Objetivos.
6. Los Mercados de Capitales: Información,	2. Los Estados Financieros
	Balance,
	Resultados,
	Estado de Cambios en el Patrimonio,
	Estado de Flujos de Tesorería,
	Memoria.
	3. Consolidación de Estados Financieros
	Introducción
	El Control Societario
	Los Procedimientos de Consolidación
	4. La Opinión de Auditoría
	Introducción
	Las Normas de Auditoría.
	El Informe de Auditoría
	5. El Análisis Económico-Financiero
	Introducción.
	Instrumentos y Técnicas del Análisis
	Detección de Prácticas de Distorsión de la Información Financiera
	Cálculo y Evaluación de la Rentabilidad
	Cálculo y Evaluación del Riesgo
	Predicción de la Insolvencia Empresarial y Calificación de Títulos
	La Calificación de Títulos
	6. Los Mercados de Capitales: Información, Gobierno y Responsabilidad Corporativa.
	Introducción
	La Eficiencia de los Mercados Financieros
	La incidencia de la información en los Mercados Financieros
	El Gobierno Corporativo
	La Responsabilidad Corporativa

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	28	56	84
Resolución de problemas y/o ejercicios	22	44	66

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

Descripción		
Sesión magistral		
Atención personalizada		
Evaluación		
	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Resolución de una prueba escrita presencial, al final del cuatrimestre, sobre la adquisición de competencias de la materia. Se exige un nivel mínimo obligatorio para superar la convocatoria.	70
Resolución de problemas y/o ejercicios	Evidencias de aprendizaje a través de un conjunto de actividades propuestas al alumno para consolidar su proceso de aprendizaje durante el curso académico y evaluadas en grupo reducido con carácter voluntario. Evaluación de habilidades de trabajo en grupo y adaptación a entornos de trabajo con especial énfasis en el comportamiento social	30
Otros comentarios sobre la Evaluación		
Fuentes de información		
-		
CRESPO, Miguel Ángel,:		
Información Financiera y Análisis de Estados Financieros		
Ed. Tórculo, 2008. 2ª edición		
BERGEVIN, P.: Financial Statement Analysis. An Integrated Approach. Ed. Prentice Hall. 2001.		
REES, B. Financial Analysis. Ed. Prentice Hall. 1990.		
REVSINE, COLLINS & JOHNSON.: Financial Reporting and Analysis. 3º Ed. Prentice Hall, 2005		
WALTON, P.:		
Financial Statement Analysis. An International Perspective. Ed. Thomsom. 2000.		
Recomendaciones		
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente		
Contabilidad financiera/V06G270V01301		

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Marketing internacional				
Asignatura	Marketing internacional			
Código	V06G270V01603			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Curras Valle, María Consuelo			
Profesorado	Curras Valle, María Consuelo			
Correo-e	ccurras@uvigo.es			
Web	http://fatic.uvigo.es			
Descripción general	Esta asignatura desarrolla su contenido en el seno del proceso de internacionalización de la empresa. Para ello se tratarán temas relacionados con el marketing estratégico análisis y diagnóstico de los mercados internacionales y estrategias de acceso a dichos mercados así como temas de marketing operativo relativos a las variables fundamentales del marketing			

Competencias de titulación

Código	
A3	CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.
A6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
A7	CE7. Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.
A23	CE23. Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
B5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida	A3
CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.	A6
CE7. Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.	A7
CE23. Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.	A23
CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.	B3
CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.	B4
CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.	B5
CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.	B8

Contenidos	
Tema	
TEMA 1.- CONCEPTOS BÁSICOS DE MARKETING INTERNACIONAL.	El proceso de internacionalización de la empresa. Concepto de marketing internacional. El marketing internacional en la actividad empresarial.
TEMA 2.- LAS DECISIONES ESTRATÉGICAS EN EL MARKETING INTERNACIONAL.	La dirección de marketing internacional El plan de marketing internacional Formulación de estrategias en marketing internacional.
TEMA 3.- ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNACIONAL	Entorno económico. Entorno político y legal. Entorno sociocultural. Análisis del entorno específico de la empresa.
TEMA 4.- LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EXTERIORES.	Sistemas de información para competir internacionalmente. Fuentes de información secundarias para los mercados internacionales. Investigación de mercados internacionales. Selección de mercados exteriores.
TEMA 5.- ESTRATEGIAS DE ENTRADA EN MERCADOS INTERNACIONALES.	Alternativas estratégicas para entrar en los mercados internacionales. Modos de operación indirectos, directos y mixtos. Filiales de producción.
TEMA 6.- MARKETING - MIX INTERNACIONAL: PRODUCTO.	Dimensiones del programa de marketing internacional. Estrategia internacional de producto. Concepto de producto internacional. El diseño del producto internacional. Atributos del producto internacional.
TEMA 7.- MARKETING - MIX INTERNACIONAL: PRECIO.	Estrategia internacional de precios. Estandarización- adaptación de precios internacionales. Determinación de precios internacionales.
TEMA 8.- MARKETING - MIX INTERNACIONAL: DISTRIBUCIÓN.	Naturaleza de la distribución internacional. Funciones y estructura de los canales de distribución internacionales. Selección de los canales de distribución internacionales.
TEMA 9.- MARKETING - MIX INTERNACIONAL: COMUNICACIÓN.	Estrategia internacional de comunicación. Elementos de la comunicación internacional. La imagen de marca de un país, el efecto "made in".

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	28	32	60
Estudio de casos/análisis de situaciones	15	32	47
Proyectos	6	32	38
Actividades introductorias	1	0	1
Pruebas de tipo test	2	2	4

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías	
	Descripción
Sesión magistral	Exposición de los conceptos teóricos en la clase fomentando la participación de los alumnos.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Estudio y trabajo sobre casos reales de empresas internacionales, análisis de situaciones, comentario de novedades, debates etc. Esta actividad se podrá llevar a cabo individualmente o en grupo.
Proyectos	Los alumnos trabajarán en grupo sobre un Plan de Internacionalización. Este proyecto se expondrá al finalizar la materia.
Actividades introductorias	Exposición del profesor sobre la integración e interrelación de la materia en el plan de estudios.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Habrà atención personalizada, en las horas asignadas a tutorías, para el seguimiento y control del proyecto, estudio y comprensión de la materia así como para los trabajos derivados de el estudio de casos y análisis de la situación.
Proyectos	Habrà atención personalizada, en las horas asignadas a tutorías, para el seguimiento y control del proyecto, estudio y comprensión de la materia así como para los trabajos derivados de el estudio de casos y análisis de la situación.

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Sesión magistral		0
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se valorará el desarrollo, presentación y entrega de los casos prácticos.	10

Proyectos	Se valorará el desarrollo, contenido y presentación del Plan de Internacionalización.	20
Pruebas de tipo test	Se valorarán las pruebas de 0 a 10 siendo necesario obtener como mínimo un 5 en cada una de ellas.	70

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los alumnos que no superen la materia por evaluación continua deberán presentarse al examen oficial de la materia establecido por el Centro en su calendario de exámenes con una puntuación de 0 a 10, siendo el aprobado un 5. Este examen será diferente de las pruebas tipo test anteriormente citadas.

Fuentes de información

Bradley, F. y Calderón, H. *Marketing Internacional*. 5ª Ed. Madrid: Pearson-Prentice Hall, 2006.

La Internacionalización de la empresa. Madrid: McGrawHill, 1994.

Cerviño, J. *Marketing Internacional: Nuevas perspectivas para un mercado globalizado*. Madrid: McGrawHill, 2006.

Cubillo, J.M. y Cerviño, J. *Marketing Sectorial*. Madrid: ESIC 2008.

Duran Herrera, J.J. *Multinacionales Españolas I y II. Algunos casos relevantes*. Madrid: Pirámide, 1996.

García Cruz, R. *Empresas Españolas en los mercados internacionales*. Madrid: Esic, 2000.

Hill, Charles W.L. *Negocios Internacionales*. México: McGrawHill, 2001.

Keegan, W.J. *Marketing Global*. Madrid: Prentice Hall, 1996.

Nieto Churrua, A y Llamazares García-Lomas, O. *Marketing Internacional*. Madrid: Pirámide, 1995.

Ohmae, K. *El mundo sin fronteras*. Madrid: McGrawHill, 1991.

Young, S., Hamill, J. Y Davies, J.R. *Penetración y desarrollo en los mercados internacionales*. Barcelona: Plaza y Janés, 1991.

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Gestión del comercio exterior/V06G270V01504

Idioma para la negociación intercultural: Inglés/V06G270V01505

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204

Empresa: Principios de gestión responsable/V06G270V01103

Idioma comercial: Inglés/V06G270V01304

Marketing estratégico/V06G270V01403

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Derecho del trabajo				
Asignatura	Derecho del trabajo			
Código	V06G270V01604			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Derecho público especial			
Coordinador/a	Portas Morán, Rosina María Mercedes			
Profesorado	Portas Morán, Rosina María Mercedes			
Correo-e	rosinap@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Conocer la regulación esencial de las relaciones laborales individuales y colectivas; así como el esquema específico de fuentes del que dimana dicha regulación.			

Competencias de titulación	
Código	
A9	CE9. Conocer las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil, adquiriendo capacidad para entender e informar sobre los principales aspectos jurídico-empresariales.
A12	CE12. Entender la normativa reguladora de las relaciones laborales y de la seguridad social, adquiriendo la capacidad de informar y gestionar en materia de empleo, contratación laboral y riesgos para la salud asociados a las tareas, adquiriendo capacidades y destrezas para la confección de nóminas, cotizaciones sociales y finiquitos.
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
B5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
B10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
B15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
B17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conocer el marco teórico explicativo de las relaciones laborales.	A12	B3 B4
Ser capaz de aprehender sistemáticamente el ordenamiento jurídico-laboral.	A9 A12	B3 B4 B10
Ser capaz de identificar los problemas jurídicos del Derecho del Trabajo y abordar su solución en una perspectiva interdisciplinar.	A12	B3 B4 B5
Redactar algunos documentos jurídico-laborales básicos, tales como, contratos, cartas de despido, finiquitos..., debiendo estar capacitado, asimismo, para realizar el cálculo de indemnizaciones y liquidaciones por fin de contrato.	A12	B4 B5 B15 B17
Conocer los principios básicos de la contratación laboral y la funcionalidad de sus diferentes tipos.	A12	B4 B5 B6
Capacidad para trabajar individualmente y en equipo.	A9 A12	B3 B4 B8 B9 B15

Contenidos	
Tema	

PARTE I: INTRODUCCION Y FUENTES.

TEMA 1. CONCEPTO Y AMBITO APLICATIVO DE LA DISCIPLINA.

1. El trabajo objeto del Derecho del Trabajo: notas configuradoras.
2. Relaciones excluidas.
3. Relaciones laborales de carácter especial.

TEMA 2. FUENTES DEL DERECHO DEL TRABAJO.

1. Legislación estatal.
2. Normas colectivas.
3. Legislación supraestatal.
4. Otras fuentes.
5. Los principios del Derecho del Trabajo.

PARTE II: LA RELACION INDIVIDUAL DE TRABAJO.

TEMA 3. EL CONTRATO DE TRABAJO.

1. Concepto.
2. Capacidad de las partes.
3. Forma y documentación.
4. Pactos: prueba, plena dedicación y permanencia.

TEMA 4. COLOCACION E INTERMEDIACIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO.

1. Servicios públicos de empleo.
2. Agencias de colocación.
3. Empresas de trabajo temporal.
4. Fomento del empleo. Subvenciones y bonificaciones.

TEMA 5. MODALIDADES DE CONTRATO DE TRABAJO.

1. Contratos indefinidos.
2. Contratos formativos.
3. Contratos temporales estructurales.
4. Otras modalidades de contratación.

TEMA 6. LA RETRIBUCION.

1. Concepto.
2. Retribuciones salariales.
3. Retribuciones extrasalariales.
4. Estructura salarial.
5. Determinación de la cuantía.
6. Liquidación y pago.
7. Protección jurídica del salario. Privilegios del crédito salarial.
8. Inembargabilidad. Fondo de garantía salarial.

TEMA 7. TIEMPO DE TRABAJO.

1. Jornada ordinaria.
2. Jornadas especiales.
3. Horario de trabajo.
4. Horas extraordinarias.
5. Descansos y festivos.
6. Vacaciones anuales.
7. Permisos.
8. Conciliación de la vida laboral y familiar.

TEMA 8. EL PODER DE DIRECCION DEL EMPRESARIO Y EL IUS VARIANDI.

1. Clasificación profesional.
2. Movilidad funcional.
3. Movilidad geográfica.
4. Modificaciones sustanciales de las condiciones de trabajo.

TEMA 9. LA SUSPENSION DEL CONTRATO DE TRABAJO.

1. Concepto y causas.
2. Causas de suspensión.
3. Excedencias.

TEMA 10. LA EXTINCION DEL CONTRATO DE TRABAJO.

1. Concepto y causas.
2. El despido disciplinario. Causas. Formalidades. Reclamación. Calificación y efectos.
3. El despido por causas objetivas. Causas. Forma. Calificación y efectos.
4. El despido colectivo. El procedimiento de regulación de empleo.
5. Extinciones producidas como consecuencia de un procedimiento concursal.

1. Contenido esencial del derecho de libertad sindical.
2. Formas de representación legal de los trabajadores en la empresa.

1. El convenio colectivo estatutario.
2. Otros instrumentos convencionales.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas de laboratorio	18	27	45
Seminarios	4	10	14
Sesión magistral	29	16	45
Otras	1	45	46

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías	
	Descripción
Prácticas de laboratorio	En las prácticas de laboratorio se plantearán por el profesor supuestos prácticos que deberán ser resueltos por el alumno, bien de forma guiada o bien de forma autónoma. También se procederá a la contestación escrita por el alumno de cuestionarios de distinto formato relativos a la materia explicada.
Seminarios	En las sesiones de prácticas de seminario se desarrollarán las siguientes actuaciones: Suministrar a los alumnos la orientación necesaria para la realización en grupo y bajo la tutela del profesor de los trabajos que se les asignen. La entrega por el alumno del aludido trabajo por escrito, que deberá además defender mediante su exposición oral durante el tiempo que indique el profesor. El seguimiento por el profesor de los conocimientos adquiridos por el alumno y la resolución de dudas que se le planteen.
Sesión magistral	Las sesiones magistrales en las aulas de teoría se dedicarán a la explicación por el profesor de los distintos puntos que integran los contenidos de la asignatura. Su finalidad es suministrar al alumno una base conceptual suficiente para afrontar los aspectos jurídico laborales en la organización y funcionamiento de la empresa. Esta actividad deberá ser completada por otras que deberá desarrollar personalmente el alumno, tales como la realización de lecturas recomendadas y aquellas que el profesor indique durante el desarrollo de las sesiones.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	El Profesor atenderá las dudas teórico-prácticas que se le planteen a los alumnos tanto en las sesiones de prácticas de laboratorio como en las de seminario. Además, el alumno recibirá atención personalizada en el horario de tutoría que a tal efecto se publique para los Profesores del Centro.
Seminarios	El Profesor atenderá las dudas teórico-prácticas que se le planteen a los alumnos tanto en las sesiones de prácticas de laboratorio como en las de seminario. Además, el alumno recibirá atención personalizada en el horario de tutoría que a tal efecto se publique para los Profesores del Centro.

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Prácticas de laboratorio	En las prácticas de laboratorio se realizarán dos pruebas tipo test, en las fechas que el profesor señale, sobre los contenidos teóricos de la materia. Por cada prueba se podrá obtener una nota máxima de 1 punto (por tanto por la realización de ambas pruebas, podrán obtenerse hasta 2 puntos de la calificación final). También, en estas prácticas se desarrollarán los casos prácticos que plantee el profesor para su resolución por el alumno, bien de forma autónoma o bien de forma guiada. Por la buena resolución y por las buenas intervenciones que se produzcan en este apartado, podrá obtenerse un máximo de 1 punto.	30
Seminarios	Los alumnos deberán presentar un trabajo por escrito propuesto por el profesor y defenderlo mediante su exposición oral. Se valorará en la presentación escrita su estructura y la calidad de su contenido. En la presentación oral se valorará la claridad y capacidad de síntesis del alumno.	10

Otras	En este apartado se valora el resultado obtenido mediante el examen final. La nota máxima que se podrá alcanzar en dicho examen será de 6 puntos, de los que 3,5 puntos corresponderán a la parte teórica y 2,5 puntos a la parte práctica. Para que la nota obtenida por los conceptos correspondientes a la evaluación continua se pueda sumar a la nota obtenida en el examen final, habrá que obtener en esta prueba una calificación mínima de 2 puntos (sobre 6).	60
-------	---	----

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los alumnos que no superen la asignatura en la primera convocatoria de mayo-junio conservarán para el examen de la segunda convocatoria de julio la puntuación obtenida en la evaluación continua (prácticas de laboratorio más seminarios).

Los alumnos que no entren en el sistema de evaluación continua más examen final que figura en esta guía, serán evaluados sobre 10 puntos en un examen teórico-práctico de formato diferente al de los alumnos que sí han seguido la evaluación continua.

En la convocatoria FIN DE CARRERA el alumno será evaluado en un único examen escrito, de carácter teórico y práctico y que representará el 100% de la nota final.

Fuentes de información

Alonso Olea, Manuel; Casas Bahamonde María Emilia, **Derecho del Trabajo**, Última edición,
 Diéguez, Gonzalo; Cabeza Pereiro, Jaime, **Derecho del Trabajo**, Última edición,
 Martín Valverde, Antonio; Rodríguez-Sañudo Gutierrez, Fermín; García Murcia, Joaquín, **Derecho del Trabajo**, Última edición,
 Molero Manglano, Carlos, **Manual de Derecho del Trabajo**, Última edición,
 Palomeque López, M.C.; Alvarez de la Rosa, M., **Derecho del Trabajo**, Última edición,
 AAVV, **Legislación de normas laborales y de Seguridad Social**, Última edición,

Debe manejarse siempre la última edición, dado que la normativa laboral está sujeta a continuas modificaciones.

Recomendaciones

Otros comentarios

Se recomienda la asistencia a las clases -tanto las sesiones teóricas como las prácticas- provistos de los textos legales objeto de explicación y trabajo.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Tributación das operacións comerciais				
Asignatura	Tributación das operacións comerciais			
Código	V06G270V01605			
Titulación	Grao en Comercio			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua	Castelán			
Impartición				
Departamento	Dereito público especial			
Coordinador/a	de Flora , Menita Giusy			
Profesorado	de Flora , Menita Giusy			
Correo-e	mdeflora@uvigo.es			
Web				
Descrición general	Os impostos e o sistema tributario no seu conxunto teñen indudables consecuencias na actividade comercial ou empresarial posto que acompañan todas as fases dunha actividade económica: o inicio, o exercicio da mesma ou as vendas que se realizan e, finalmente, o cese ou transmisión do negocio. Ademais, o coñecemento das consecuencias tributarias dos actos do empresario permite planificar adecuadamente as operacións e os seus custos, así como evitar consecuencias como o pagamento de multas, xuros ou liquidacións complementarias.			
	A asignatura pretende que o alumnado sexa capaz de coñecer as obrigacións tributarias que lle corresponden e a fiscalidade aplicable aos beneficios das operacións empresariais e, sobre todo, do comercio de bens ou servizos.			

Competencias de titulación

Código	
A5	CE5. Comprender os obxetivos, alcance e valor dla función de aprovisionamento e distribución comercial, as súas interrelacións co resto das áreas e o seu papel como intermediaria da actividade comercial, co fin de deseñar estratexias para a provisión e comercialización de bens e servizos.
A6	CE6. Saber localizar, seleccionar e analizar a información e coñecer as variables que interveñen no comercio interior e internacional, co fin de orientar o deseño e implantación da estratexia e a xestión operativa do comercio.
A13	CE13. Coñecer os regulamentos dos impostos, en particular os que afectan ás transaccións, co fin de saber cumprimentar as correspondentes declaracións, así como o réxime xurídico da obrigación tributaria e os procedimentos de aplicación dos tributos, en especial a liquidación, recadación e inspección.
B2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet e manexo das ferramentas multimedia.
B5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.
B6	CT6. Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.
B10	CT10. Comprensión de sistemas sociais, organizativos e técnicos.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Comprender os obxetivos, alcance e valor dla función de aprovisionamento e distribución comercial, as súas interrelacións co resto das áreas e o seu papel como intermediaria da actividade comercial, co fin de deseñar estratexias para a provisión e comercialización de bens e servizos.	A5
Saber localizar, seleccionar e analizar a información e coñecer as variables que interveñen no comercio interior e internacional, co fin de orientar o deseño e implantación da estratexia e a xestión operativa do comercio	A6
Coñecer os regulamentos dos impostos, en particular os que afectan ás transaccións, co fin de saber cumprimentar as correspondentes declaracións, así como o réxime xurídico da obrigación tributaria e os procedimentos de aplicación dos tributos, en especial a liquidación, recadación e inspección.	A13
Habilidades de comunicación a través de internet e manexo das ferramentas multimedia	B2
Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.	B5
Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.	B6
Comprensión de sistemas sociais, organizativos e técnicos.	B10

Contidos

Tema

El comerciante ante el sistema tributario.	1. Los tributos y sus elementos fundamentales. 2. El sistema tributario estatal. 3. Los tributos autonómicos que afectan al comercio. 4. Los tributos locales. El Impuesto sobre Actividades Económicas. 5. Las obligaciones tributarias formales y de facturación.
Régimen jurídico-tributario de las rentas obtenidas por las operaciones comerciales	1. Sujeción al IRPF: hecho imponible y sujeto pasivo. 2. Las rentas de actividades económicas. 3. Individualización de rentas. 4. Criterios de imputación temporal. 5. La estimación directa normal (remisión). 6. La estimación directa simplificada. 7. La estimación objetiva. 8. Ganancias patrimoniales. 9. Las deducciones. 10. Los pagos fraccionados y retenciones. 11. La sujeción al Impuesto sobre Sociedades. 12. La determinación de la base imponible. Ajustes al resultado contable. 13. Las operaciones vinculadas. 14. El tratamiento de los gastos financieros. 15. La compensación de bases imponibles negativas. 16. Tipo de gravamen. 17. Régimen de empresas de reducida dimensión. 18. Pagos fraccionados.
La tributación de las rentas internacionales del comerciante.	1. Los Convenios para Evitar la Doble Imposición Internacional y su relevancia. 2. El tratamiento de las rentas empresariales internacionales. 3. Deducciones para evitar la doble imposición internacional. 4. Las rentas obtenidas a través de un establecimiento permanente. 5. Las rentas obtenidas en España por un no residente.
La tributación de las operaciones comerciales: IVA.	1. Ámbito de aplicación. 2. Hecho imponible. 3. Concepto de empresario o profesional. 4. Concepto de entrega de bienes y de prestación de servicios. 5. Devengo. 6. Lugar de realización del hecho imponible. 7. Base imponible. 8. Repercusión. 9. Tipo impositivo y cuota. 10. Deducción. 12. Gestión del impuesto. 13. Regímenes especiales del IVA.
Comercio intracomunitario y comercio exterior en el IVA	1. Adquisiciones intracomunitarias. 2. Entregas intracomunitarias. 3. Servicios internacionales. Reglas de localización. 4. Importaciones. 5. Exportaciones.
Impuestos Especiales.	1. Impuestos especiales de fabricación. 2. Impuesto sobre la Electricidad.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión maxistral	28	40	68
Seminarios	22	38	60
Probas de resposta curta	1	0	1
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	3	18	21

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	As sesións maxistrais consistirán na exposición polo profesor dos contidos fundamentais dos temas do programa docente e dos aspectos máis complexos.
Seminarios	Os seminarios permitirán poñer en práctica distintas metodoloxías docentes (taller cooperativo, análise de casos, etc) en grupos reducidos nos que se analicen cuestións teóricas ou prácticas relacionadas coa materia

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	Para a planificación e resolución dos casos e a preparación dos informes baseados en casos reais contarase coa atención personalizada. Tamén se atenderán dudas respecto dos contidos, actividades que se propuxeran para adquirir as competencias perseguidas.
Seminarios	Para a planificación e resolución dos casos e a preparación dos informes baseados en casos reais contarase coa atención personalizada. Tamén se atenderán dudas respecto dos contidos, actividades que se propuxeran para adquirir as competencias perseguidas.

Avaliación

	Descrición	Calificación
Sesión maxistral	En las clases presenciales también se propondrá al alumnado la realización de distintas actividades: casos prácticos, exposición oral de un tema, presentación escrita de un trabajo, etc. Estas actividades sólo serán evaluadas para los alumnos que se sometan a evaluación continua. Además, se valorará especialmente la participación activa del alumno, tanto en las clases magistrales como en dichos "Seminarios".	10
Probas de resposta curta	Se realizarán pruebas de respuesta corta y tipo test exclusivamente a los alumnos que se sometan al sistema de evaluación continua.	20

Probas de resposta longa, de desenvolvemento	Prueba final que consta de dos partes: una práctica escrita (en la que el alumno tendrá que demostrar la adquisición de las competencias esenciales de la materia) y una teórica oral (en la que se formularán distintas preguntas sobre el temario de la materia).	70
--	---	----

Otros comentarios sobre la Evaluación

El temario que figura en el apartado de contenidos constituye una versión resumida de las lecciones que serán objeto de examen. Oportunamente, a comienzo del curso académico, se le proporcionará al alumno un temario más detallado con los epígrafes que conforman cada lección.

Primera oportunidad de examen:

1.- Los alumnos que se someten a evaluación continua serán evaluados conforme a los criterios que se han indicado más arriba: prueba final (70%), pruebas de respuesta corta o test (30%). En la prueba final, el examen de teoría y oral supondrá el 80% y el práctico, por escrito, supondrá un 20%. En todo caso, el alumno deberá alcanzar una calificación mínima de 4 sobre 10 en la prueba final para que se le tengan en cuenta las calificaciones obtenidas mediante el sistema de evaluación continua.

2.- Los alumnos que NO se someten a evaluación continua, o que queden excluidos de dicho sistema: su calificación estará integrada por el 80% de la calificación obtenida en el examen teórico oral y el 20% de la calificación obtenida en el examen práctico escrito, siendo este último diferente al que realicen los alumnos de evaluación continua.

Segunda oportunidad de examen:

1.- En el examen de julio sólo se realizará una prueba final, que constará de dos partes: una práctica escrita (en la que se resolverán uno o varios casos prácticos) y una teórica oral (en la que se formularán distintas preguntas sobre el temario de la materia).

2.- Los alumnos que se hayan sometido al sistema de evaluación continua conservarán la nota que hayan obtenido en el curso.

3.- Para los alumnos que no se someten a evaluación continua, o que queden excluidos de dicho sistema: su calificación estará integrada por el 80% de la calificación obtenida en el examen teórico oral y el 20% de la calificación obtenida en el examen práctico escrito, siendo este último diferente al que realicen los alumnos de evaluación continua.

4.- A los alumnos que se hayan sometido al sistema de evaluación continua y no hayan superado la prueba final ni en la primera oportunidad de examen ni en la segunda se les conservará la nota obtenida a través de dicho sistema durante el curso académico siguiente, siempre que el alumno manifieste su acuerdo.

CONVOCATORIA FIN DE CARRERA

El examen de la convocatoria de Fin de carrera será una prueba teórico-práctica escrita, cuya calificación será el 100% de la nota. La calificación estará integrada por el 80% de la calificación obtenida en el examen teórico y el 20% de la calificación obtenida en el examen práctico. No se tendrá en cuenta en ningún caso la evaluación continua del año anterior.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía básica:

Curso de Derecho Tributario MARTÍN QUERALT, TEJERIZO LÓPEZ, CAYÓN GALIARDO (Directores), *Manual de Derecho Tributario*, 9ª edición, Thompson-Aranzadi, Cizur Menor, 2013.

Recomendacións

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Réxime fiscal da empresa/V06G270V01405

Otros comentarios

Estamos ante unha asignatura que analiza, dende o punto de vista xurídico, as consecuencias tributarias das operacións comerciais, partindo do estudo dos principais impostos que recaen sobre o comercio.

Neste sentido, os contidos están coordinados coa asignatura Réxime Fiscal da Empresa de xeito que, partindo dos coñecementos xerais e de liquidación dos impostos, nesta asignatura analizaráanse cuestións especiais e de importancia xurídica. Polo tanto, mais alá do estudio do réxime tributario das empresas, o estudio da materia céntrase no estudio das cuestións xurídicas que plantexan as operacións comerciais que as empresas realizan.

Como materia de contido xurídico que é, precisa do coñecemento das normas xurídicas e da súa técnica de interpretación para a aplicación á realidade que regulan, evitando así que aparezan conflitos que teñen que resolverse diante dos tribunais posto que, entre outros motivos, responden a criterios económicos o de carácter empresarial pero, en cambio, non teñen as mesmas consecuencias xurídicas. Neste sentido son frecuentes as controversias entre a Administración e os contribuintes que, na medida en que deron lugar ou dan lugar a pronunciamentos administrativos ou xurisprudenciais que deben ser coñecidos polos estudantes.

Para a correcta comprensión da asignatura debe coñecerse a estrutura xeral do tributo e estar familiarizado cos seus elementos esenciais. Así deben de coñecerse cuestións como o feito impositivo, as exencións, os suxeitos pasivos, a base impositiva, o tipo de gravame, a cuota tributaria así como as deducións e cuestións como o devengo e o período impositivo e de liquidación.

Igualmente, debe coñecerse a regulación básica e xeral destes elementos en cada un dos impostos do sistema tributario.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Estrategia empresarial y gestión de ayudas				
Asignatura	Estrategia empresarial y gestión de ayudas			
Código	V06G270V01606			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Lorenzo Paniagua, Javier			
Profesorado	Lorenzo Paniagua, Javier			
Correo-e	paniagua@uvigo.es			
Web	http://paniagua@uvigo.es			
Descripción general	El objetivo fundamental de la asignatura es que el alumno sepa analizar, diseñar e implantar una amplia tipología de estrategias empresariales, y conozca y sepa instrumentar los diferentes programas públicos de apoyo financiero, formativo e informativo en apoyo de la estrategia empresarial			

Competencias de titulación

Código	
A2	CE2. Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto. Saber vincular el objeto y condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.
A4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
A23	CE23. Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
B10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
B18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto. Saber vincular el objeto y condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.	A2
Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.	A4
Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización	A23
Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.	B3
Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.	B4
Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.	B10
Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.	B18

Contenidos

Tema	
TEMA 1: ESTRATEGIA EMPRESARIAL	El proceso de planificación empresarial
	Concepto de estrategia y su vinculación con la ventaja competitiva
	Tipos de estrategias. Impulsores, frenos y condiciones de aplicación

TEMA 2: LA IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA	El sistema de planes: coherencia temporal y funcional El Plan Operativo anual: planes operativos y de capital. Presupuestos, previsiones de tesorería y estados financieros previsionales
TEMA 3: INTRODUCCIÓN A LA PROMOCIÓN ECONÓMICA	La promoción económica como instrumento de política económica La promoción económica como vínculo entre política económica y la estrategia empresarial Clasificación de los programas de promoción económica Las fases de los proyectos: información, planificación, ejecución y control El marco legal: la Ley 38/2003
TEMA 4: LOS PROGRAMAS PÚBLICOS DE APOYO A LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL	Programas públicos de apoyo al crecimiento interno de la empresa: ayudas a la internacionalización, a la inversión, al acceso a la financiación, etc. Programas públicos de apoyo al crecimiento externo de la empresa: ayudas a la cooperación empresarial, a la integración vertical y horizontal, etc. Programas públicos de apoyo a la mejora competitiva: investigación e innovación, diagnóstico e implantación de la estrategia, implantación de sistemas de gestión, diseño, marcas y comercialización; formación y sistemas de información, calidad, gestión medioambiental, etc. Programas públicos de apoyo al emprendimiento empresarial

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	22	0	22
Sesión magistral	25	0	25
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	3	100	103
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

Metodologías	
	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución, por parte del profesor o/y de los alumnos, de problemas, o ejercicios, en presencia del profesor de la asignatura.
Sesión magistral	Exposición, por parte del profesor de la asignatura, de conceptos, ejemplos, casos, ejercicios, etc.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Sesión magistral	La sesión magistral y la resolución de problemas o ejercicios se desarrollarán en presencia del profesor. Por tanto, el alumno tendrá la posibilidad de participar expresando su opinión, formulando preguntas, etc. Los exámenes se realizarán con la presencia del profesor de la asignatura El profesor asignado estará a disposición de los alumnos en el horario de tutorías publicado por el centro.
Resolución de problemas y/o ejercicios	La sesión magistral y la resolución de problemas o ejercicios se desarrollarán en presencia del profesor. Por tanto, el alumno tendrá la posibilidad de participar expresando su opinión, formulando preguntas, etc. Los exámenes se realizarán con la presencia del profesor de la asignatura El profesor asignado estará a disposición de los alumnos en el horario de tutorías publicado por el centro.
Pruebas	Descripción
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	La sesión magistral y la resolución de problemas o ejercicios se desarrollarán en presencia del profesor. Por tanto, el alumno tendrá la posibilidad de participar expresando su opinión, formulando preguntas, etc. Los exámenes se realizarán con la presencia del profesor de la asignatura El profesor asignado estará a disposición de los alumnos en el horario de tutorías publicado por el centro.

Evaluación		
	Descripción	Calificación

Otros comentarios sobre la Evaluación

El examen consistirá en una parte teórica sobre los contenidos de la asignatura, y la resolución de un caso o ejercicio.

Es necesario superar ambos apartados y la calificación de la asignatura será la nota media de la puntuación obtenida en ellos.

Fuentes de información

Cabanelas Omil, José, **Dirección de Empresas**, 1997,
garcía de Viedma Lapetra, Bosco, **Tramitación de Subvenciones Públicas**, 2006,
Lorenzo Paniagua, Javier, **Notas Técnicas de la asignatura**, 2012,
Navas López, J. y Guerras Martín, L.A., **La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones**, 1997,
Pascual García, José, **Las Subvenciones Públicas. Legislación comentada, formularios y procedimientos**, 2009,

Las notas técnicas de la asignatura, así como las páginas web vinculadas a los contenidos deben permitir seguir adecuadamente el curso.

A lo largo del mismo se entregarán los temas tanto en formato electrónico (FAITIC) y en papel (fotocopiadora del centro), en los que se incorporarán los vínculos a las webs relacionadas.

El resto de la bibliografía tendrá como única función el apoyo puntual a diversas cuestiones.

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203
Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204
Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102
Empresa: Principios de gestión responsable/V06G270V01103
Decisiones de inversión en el comercio/V06G270V01402
Decisiones de financiación en el comercio/V06G270V01502
Derecho del trabajo/V06G270V01604

Otros comentarios

Al tratarse de una asignatura con un carácter integrador, en la que convergen contenidos impartidos en diferentes materias, y al situarse en un curso avanzado del plan de estudios, se aconseja disponer de un conocimiento aceptable de un buen número de materias localizadas previamente en el plan de estudios.

La lista anterior es orientativa aunque no exclusiva y no es imprescindible haberlas superado.

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumno en la materia y se concibe de forma flexible. En consecuencia, puede requerir reajustes a lo largo del curso académico promovidos por la dinámica de la clase y del grupo de destinatarios real o por la relevancia de las situaciones que pudiesen surgir. Asimismo, se aportará al alumno la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.