Escuela de Negocios Caixanova

Presentación del centro

Página web.

Localización

Ubicación de la Escuela de Negocios.

Guía del centro

Descargar la guía del centro.

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Asignaturas

Curso 4

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
V55G020V01702	Planificación financiera	1c	6
V55G020V01904	Régimen fiscal de la empresa II	2c	6
V55G020V01909	Mercados financieros	1c	6
V55G020V01935	Sistemas de información y TICs	1c	6
V55G020V01936	Planificación estratégica y desarrollo empresarial	1c	6
V55G020V01937	Creación de empresas y business plan	1c	6
V55G020V01938	Protocolo y relaciones públicas	1c	6
V55G020V01939	Gestión de procesos y sistemas de calidad	2c	6
V55G020V01940	Gestión de la empresa familiar	2c	6
V55G020V01941	Liderazgo y habilidades de la comunicación	2c	6
V55G020V01944	Comunicación y publicidad	1c	6
V55G020V01945	Marketing digital y relacional	2c	6
V55G020V01946	Informática avanzada para el reporting y control financiero	1c	6

V55G020V01948	Análisis contable y auditoría	1c	6
V55G020V01991	Trabajo de Fin de Grado	2c	12

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Planificación financiera				
Asignatura	Planificación financiera			
Código	V55G020V01702			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Departamento de la Escola de Negocios Caixanova (Vigo)			
Coordinador/a	Mariño Garrido, Mª Teresa			
Profesorado	Mariño Garrido, Mª Teresa			
Correo-e	tmarino@escueladenegociosncg.edu			
Web				
Descripción general	El objetivo de esta asignatura es que el alumno conozca cómo realizar un diagnóstico de la empresa, valore sus necesidades financieras y pueda elaborar una planificación financiera en base a la estrategia empresarial			

Competencias de titulación	
Código	
A3	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los aspectos internos, funciones y procesos de las organizaciones incluyendo su naturaleza, estructura, gobierno, operativa y dirección
A4	Poseer y comprender conocimientos acerca de: El marco económico que regula las actividades empresariales, y la correspondiente normativa
A6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
A9	Identificar la generalidad de los problemas económicos que se plantean en las empresas, y saber utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución
A10	Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa
A12	Solucionar de manera efectiva problemas y tomar decisiones utilizando métodos cuantitativos y cualitativos apropiados, incluyendo entre ellos la identificación, formulación y solución de los problemas empresariales
A13	Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes
A14	Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones
A16	Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B3	Habilidades relacionadas con el uso de aplicaciones informáticas utilizadas en la gestión empresarial
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B10	Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B19	Motivación por la calidad y la mejora continua

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Realizar un diagnóstico de la empresa	A3	B1
	A4	B2
	A6	B3
	A9	B4
	A10	B5
	A16	B13
		B19

Elaborar la planificación financiera de la empresa	A10 A12 A13 A14 A16	B2 B3 B4 B8 B9 B10 B13 B19
Valorar las necesidades de la empresa	A3 A4 A6 A9	B1 B2 B3 B4

Contenidos

Tema	
1. BASES PARA LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA	1.1. Tendencias de la función financiera 1.2. Objetivos del análisis y la planificación 1.3. Usuarios de la información 1.4. Etapas en el proceso de análisis 1.5. Los estados financieros para el análisis
2. LAS METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS PARA EL DIAGNÓSTICO ECONÓMICO-FINANCIERO	2.1. Análisis de la liquidez 2.2. Análisis de la solvencia 2.3. Análisis de la rentabilidad
3. PLANIFICACIÓN FINANCIERA	3.1. Proceso de planificación 3.2. Elementos de interés en la planificación financiera 3.3. Enfoques para planificar 3.4. Elaboración de los estados financieros previsionales
4. DIAGNÓSTICO DE LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA	4.1. Reestructurar la estructura financiera post-planificación 4.2. Control de la planificación

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	15	23	38
Tutoría en grupo	5	5	10
Trabajos tutelados	2	25	27
Sesión magistral	30	45	75

*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	Propuesta de ejercicios en el aula, como complemento de las sesiones magistrales, con resolución problemas y/o ejercicios guiada por el docente. Posibilidad de desarrollo de caso integral.
Tutoría en grupo	Tutorización y exposición de la realización de forma autónoma o en grupos de ejercicios propuestos previamente a las sesiones.
Trabajos tutelados	Tutorización y control del trabajo obligatorio de la asignatura.
Sesión magistral	Exposición en el aula, por parte del profesor de los contenidos más relevantes y de mayor dificultad conceptual. Posibilidad de resolución y desarrollo de ejemplos prácticos con el objetivo de clarificar los conceptos teóricos. Posibilidad de desarrollo de caso integral.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Tutoría en grupo	Resolución de problemas y/o ejercicios 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

Evaluación

	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios	Valoración individual o en grupo, dependiendo del tipo de ejercicio. Control materia.	25
Trabajos tutelados	Valoración en grupo	15
Sesión magistral	Examen final	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las clases es un componente esencial de la evaluación y, por lo tanto, es obligatoria. Todas las faltas serán tenidas en cuenta, aunque éstas hayan sido justificadas.

Las penalizaciones serán de aplicación en cada asignatura, en función de los siguientes baremos:

· La no asistencia a más del 10% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de un tercio en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 20% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de dos tercios en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 30% de las horas lectivas, se penalizará con un cero en la evaluación continua de la asignatura.

La nota obtenida en la evaluación continua (40% de la nota final) se mantendrá en todas las convocatorias del año académico 2013/2014.

La corrección de los exámenes finales será ciega.

Fuentes de información
Mariño, T., **Claves para el diagnóstico económico-financiero**, 2009,
Mariño, T., **El método del caso aplicado a la empresa gallega**, 2008,
Cibrán, P. y otros, **Planificación financiera. Teoría y casos prácticos**, 2008,
Brealey, Myers y Allen, **Fundamentos de finanzas corporativas**, 2007,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Contabilidad financiera II/V55G020V01401
Decisiones de inversión/V55G020V01402
Decisiones de financiación/V55G020V01501

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Régimen fiscal de la empresa II				
Asignatura	Régimen fiscal de la empresa II			
Código	V55G020V01904			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Dpto. Externo			
Coordinador/a	Soto Balirac, Francisco			
Profesorado	Soto Balirac, Francisco			
Correo-e	fsoto@escueladenegociosncg.edu			
Web				
Descripción general	Esta asignatura se centrará en el análisis, desde un punto de vista enminentemente práctico, de los impuestos que más afectan a los empresarios y las empresas permitiendo al alumnado determinar en cada operación qué impuestos se ven afectados. Se prestará una especial atención al Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y, principalmente, al Impuesto sobre Sociedades (IS) de modo que el alumno pueda con cierta facilidad y agilidad realizar al finalizar el curso, la liquidación del IS de cualquier empresa.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las interrelaciones existentes entre los distintos subsistemas que conforman el sistema empresarial
A2	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las instituciones económicas como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales acerca de cómo funciona la economía
A3	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los aspectos internos, funciones y procesos de las organizaciones incluyendo su naturaleza, estructura, gobierno, operativa y dirección
A4	Poseer y comprender conocimientos acerca de: El marco económico que regula las actividades empresariales, y la correspondiente normativa
A5	Poseer y comprender conocimientos acerca de: La relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial
A8	Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio
A9	Identificar la generalidad de los problemas económicos que se plantean en las empresas, y saber utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución
A10	Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa
A11	Tomar decisiones estratégicas utilizando diferentes tipos de modelos empresariales
A12	Solucionar de manera efectiva problemas y tomar decisiones utilizando métodos cuantitativos y cualitativos apropiados, incluyendo entre ellos la identificación, formulación y solución de los problemas empresariales
A14	Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B10	Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
B11	Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B15	Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B17	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
B18	Compromiso ético en el trabajo
B19	Motivación por la calidad y la mejora continua

Competencias de materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje

Poder realizar una planificación fiscal de la empresa y del empresario y tener en todo momento conocimiento de las implicaciones fiscales de cada operación, pudiendo identificar qué impuestos se ven afectados (venta de mercancías, venta de inmovilizado, solicitud de un préstamo bancario, pago de las nóminas, ampliación de capital, reparto de dividendos, impago de clientes...)	A1 A2 A4 A5 A8 A9 A10 A11 A12 A14	B1 B4 B8 B10 B11 B13 B15 B17 B19
Liquidar correctamente el Impuesto sobre Sociedades de una empresa prestando especial atención a las amortizaciones, provisiones, deterioros, deducciones...	A2 A4 A8 A10 A11	B1 B17 B18 B19
Planificar la sucesión empresarial	A3 A4 A5 A10 A11	B5 B8 B10 B17 B18 B19
Tener un conocimiento global del funcionamiento del IVA para poder determinar claramente el lugar de localización de una operación y el tipo de IVA aplicable	A1 A2 A4 A5 A11	B10 B11 B15

Contenidos

Tema	
1. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES	- Liquidación del Impuesto sobre Sociedades: ajustes a la base imponible temporales y permanentes, deducciones, tipos... - Deducción por I+D - Beneficios fiscales aplicables a las PYMES - Régimen especial de consolidación fiscal - Operaciones vinculadas - Régimen fiscal especial: fusiones, escisiones, canje de valores.
2. IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO	- Reglas de localización - Operaciones internacionales: exportaciones, importaciones - Operaciones intracomunitarias - Fiscalidad inmobiliaria - Régimen de grupos de IVA - Supuestos controvertidos: promoción inmobiliaria - Reglamento de facturación
3. IMPUESTO SOBRE TRANSMISIONES PATRIMONIALES Y ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS	- Supuestos prácticos que afectan directamente a las operaciones empresariales - Préstamos, hipotecas, créditos... - Incidencia del artículo 108 de la Ley del Mercado de Valores: compraventa de sociedades inmobiliarias
4. REESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL: ESTRUCTURA CON SOCIEDAD "HOLDING"	- Reducciones en el Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones - Exención en el Impuesto sobre el Patrimonio - Actividad económica de arrendamiento de inmuebles - Responsabilidad patrimonial de administradores
5. LA DUE DILIGENCE O REVISIÓN FISCAL DE UNA EMPRESA	- Actuaciones a realizar - Procedimientos

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	7	49	56
Foros de discusión	3	0	3
Estudio de casos/análisis de situaciones	0	15	15
Estudios/actividades previos	0	26	26
Otros	3	0	3
Sesión magistral	47	0	47

*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	El alumno deberá resolver los problemas que se le planteen en relación a la materia, buscando la mejor alternativa desde un punto de vista empresarial
Foros de discusión	Se discutirá sobre asuntos fiscales de actualidad, por ejemplo, respecto a la subida o bajada de impuestos directos e indirectos, con las repercusiones contrapuestas que puede tener la medida
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se partirá de ejemplos reales para que los alumnos realicen un análisis de la situación y acometan la planificación fiscal más eficiente
Estudios/actividades previos	Será preciso un estudio previo de la normativa vigente para la integración en el día a día de la clase y poder así afrontar razonablemente los problemas que se le planteen
Otros	Se realizará un examen parcial y otro final para evaluar a los alumnos (aparte de la evaluación continua)
Sesión magistral	El profesor expondrá las materias objeto de estudio tanto desde un punto de vista técnico como práctico. Estas sesiones serán la base, junto al analisis de la normativa, de la materia.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	El profesor atenderá a cualquier duda respecto a los temas expuestos y objeto de debate, poniéndose a disposición de los alumnos para resolver cualquier cuestión que se le suscite, con tutorías personales y en grupo.
Foros de discusión	El profesor atenderá a cualquier duda respecto a los temas expuestos y objeto de debate, poniéndose a disposición de los alumnos para resolver cualquier cuestión que se le suscite, con tutorías personales y en grupo.
Estudio de casos/análisis de situaciones	El profesor atenderá a cualquier duda respecto a los temas expuestos y objeto de debate, poniéndose a disposición de los alumnos para resolver cualquier cuestión que se le suscite, con tutorías personales y en grupo.
Estudios/actividades previos	El profesor atenderá a cualquier duda respecto a los temas expuestos y objeto de debate, poniéndose a disposición de los alumnos para resolver cualquier cuestión que se le suscite, con tutorías personales y en grupo.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios	RESPUESTAS Y PARTICIPACIÓN EN CLASE	15
Foros de discusión	EXPOSICIÓN, CLARIDAD Y ORDEN	5
Estudio de casos/análisis de situaciones	TRABAJOS PERSONALES Y DE GRUPO	5
Estudios/actividades previos	CONOCIMIENTOS TÉCNICOS	10
Otros	EXAMEN PARCIAL (15%) Y EXAMEN FINAL (50%)	65

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las clases es un componente esencial de la evaluación y, por lo tanto, es obligatoria. Todas las faltas serán tenidas en cuenta, aunque éstas hayan sido justificadas.

Las penalizaciones serán de aplicación en cada asignatura, en función de los siguientes baremos:

· La no asistencia a más del 10% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de un tercio en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 20% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de dos tercios en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 30% de las horas lectivas, se penalizará con un cero en la evaluación continua de la asignatura.

La nota obtenida en la evaluación continua (50% de la nota final) se mantendrá en todas las convocatorias del año académico 2013/2014.

La corrección de los exámenes finales será ciega.

Fuentes de información

FRANCIS LEFEBVRE, **MEMENTO FISCAL 2013**,

CISS, **TODO SOCIEDADES 2013**,

FRANCIS LEFEBVRE, **IVA Y COMERCIO INTERNACIONAL**, DOSSIER PRÁCTICO,

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Mercados financieros				
Asignatura	Mercados financieros			
Código	V55G020V01909			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Departamento de la Escola de Negocios Caixanova (Vigo)			
Coordinador/a	Mariño Garrido, Mª Teresa			
Profesorado	Mariño Garrido, Mª Teresa			
Correo-e	tmarino@escueladenegociosncg.edu			
Web				
Descripción general	El objetivo de esta asignatura es que el alumno conozca el funcionamiento de los principales mercados financieros de renta fija, renta variable, divisas y derivados. Esto le permitirá conocer los mercados donde se financia e invierte la empresa.			

Competencias de titulación	
Código	
A7	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial
A8	Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio
A9	Identificar la generalidad de los problemas económicos que se plantean en las empresas, y saber utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución
A10	Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa
A15	Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
A16	Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B3	Habilidades relacionadas con el uso de aplicaciones informáticas utilizadas en la gestión empresarial
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B6	Habilidades de comunicación a través de Internet y, manejo de herramientas multimedia para la comunicación a distancia
B7	Leer y comunicarse en inglés como lengua extranjera
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B10	Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
B15	Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B17	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
B18	Compromiso ético en el trabajo
B19	Motivación por la calidad y la mejora continua

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Entender el funcionamiento del sistema financiero y sus reguladores.	A7 A8 A9 A10	B1 B2 B3 B4 B5 B10 B15 B17 B18 B19

Comprender los productos financieros que se negocian en el mercado.	A9 A10 A15	B1 B2 B3 B7 B15
Emitir juicios de opinión sobre la actualidad del mercado financiero.	A8 A9 A15 A16	B4 B5 B6 B7 B8 B10 B15 B17 B18 B19

Contenidos	
Tema	
1. EL SISTEMA FINANCIERO Y SUS REGULADORES	1.1. Situación actual y perspectivas de futuro 1.2. Características y funciones 1.3. Importancia del Sistema Financiero 1.4. Activos financieros 1.5. Intermediarios financieros 1.6. Mercados financieros 1.7. Instituciones financieras
2. MERCADO MONETARIO	2.1. Agentes y participantes 2.2. Funciones y operativa 2.3. Productos: 2.3.1. Depósitos 2.3.2. Letras del Tesoro 2.3.3. Pagarés de empresa 2.3.4. FRAs 2.3.5. IRS 2.3.6. Cédulas hipotecarias
3. MERCADOS DE RENTA FIJA	3.1. Factores que configuran el mercado de renta fija 3.2. Valoración de activos 3.3. Estructura temporal de tipos de interés 3.4. Principales activos: 3.4.1. Bonos del Estado 3.4.2. Bonos cupón cero 3.4.3. Bonos corporativos 3.4.4. Bonos convertibles 3.4.5. Bonos hipotecarios 3.4.6. Participaciones hipotecarias 3.4.7. Bonos High Yield 3.4.8. Acciones preferentes 3.4.9. Obligaciones bonificadas 3.5. Mercado secundario 3.6. Agencias de Rating
4. MERCADO DE RENTA VARIABLE	4.1. Estructura del mercado bursátil 4.2. Sistema de contratación y compensación 4.3. Variación de precios en SIBE 4.4. Tipos de órdenes 4.5. Activos de renta variable 4.6. Rentabilidad de las acciones 4.7. Valoración de acciones 4.8. Operaciones bursátiles: 4.8.1. Ampliación y reducción de capital 4.8.2. Splits 4.8.3. OPAs 4.8.4. OPVs 4.9. Principales índices 4.10. Principales bolsas mundiales
5. MERCADO DE DIVISAS	5.1. Concepto de divisa 5.2. Principales divisas 5.3. Funcionamiento del mercado 5.4. Evolución y expectativas del tipo de cambio 5.5. Seguro de cambio

6. MERCADO DE DERIVADOS	6.1. Estructura del mercado de derivados 6.2. Sistema de contratación y compensación 6.3. Tipos de operaciones: 6.3.1. Spot y Forward 6.3.2. Futuros 6.3.3. Opciones 6.3.4. Arbitraje

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	10	10	20
Debates	10	20	30
Trabajos tutelados	5	45	50
Sesión magistral	25	25	50

*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	Propuesta de ejercicios en el aula, como complemento de las sesiones magistrales, con resolución problemas y/o ejercicios guiada por el docente. Posibilidad de desarrollo de caso integral.
Debates	Charla abierta entre el grupo de estudiantes. Puede centrarse en un tema de los contenidos de la materia, análisis de un caso, resultado de un proyecto
Trabajos tutelados	El alumno, individual o en grupo, elabora un documento sobre la temática de la materia.
Sesión magistral	Exposición en el aula, por parte del profesor de los contenidos más relevantes y de mayor dificultad conceptual. Posibilidad de resolución y desarrollo de ejemplos prácticos con el objetivo de clarificar los conceptos teóricos. Posibilidad de desarrollo de caso integral.

Atención personalizada

Metodologías	**Descripción**
Trabajos tutelados	Se realizará de forma presencial (directamente en el aula y en los momentos que el profesor tiene asignados a tutorías de despacho) o de forma no presencial (a través del correo electrónico).

Evaluación

	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios	Valoración individual o en grupo, dependiendo del problema y/o ejercicio.	20
Debates	Valoración individual o en grupo, dependiendo del debate.	10
Trabajos tutelados	Valoración individual o en grupo, dependiendo del trabajo.	20
Sesión magistral	Examen	50

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las clases es un componente esencial de la evaluación y, por lo tanto, es obligatoria. Todas las faltas serán tenidas en cuenta, aunque éstas hayan sido justificadas.

Las penalizaciones serán de aplicación en cada asignatura, en función de los siguientes baremos:

· La no asistencia a más del 10% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de un tercio en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 20% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de dos tercios en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 30% de las horas lectivas, se penalizará con un cero en la evaluación continua de la asignatura.

La nota obtenida en la evaluación continua (50% de la nota final) se mantendrá en todas las convocatorias del año académico 2013/2014.

La corrección de los exámenes finales será ciega.

Fuentes de información

Mariño, T. y otros, **Los Mercados Financieros**, 2013,

Mariño, T. y otros, **El Mercado Alternativo Bursátil**, 2012,

Fernández, P., **Valoración de empresas: cómo medir y gestionar la creación de valor**, 2005,
Analistas Financieros Internacionales, **Sistema Financiero Español**, 2012,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Empresa: Matemática de las operaciones financieras/V55G020V01202
Macroeconomía/V55G020V01404
Decisiones de financiación/V55G020V01501

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Sistemas de información y TICs				
Asignatura	Sistemas de información y TICs			
Código	V55G020V01935			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Departamento de la Escola de Negocios Caixanova (Vigo)			
Coordinador/a	Súarez Rey, Carlos			
Profesorado	Súarez Rey, Carlos			
Correo-e	csuarez@escueladenegociosncg.edu			
Web				
Descripción general	La asignatura pretende presentar al alumno las oportunidades que las tecnologías de la información y comunicación (TIC) ofrecen a las empresas tanto como soporte a sus procesos operativos diarios así como para la ayuda al manejo de la información en el proceso directivo y la toma de decisiones.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las interrelaciones existentes entre los distintos subsistemas que conforman el sistema empresarial
A6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
A7	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial
A14	Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones
A15	Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
A16	Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B3	Habilidades relacionadas con el uso de aplicaciones informáticas utilizadas en la gestión empresarial
B11	Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Presentar el papel que juega la información en las organizaciones y la importancia que tienen los sistemas y tecnologías orientados a su manejo.	A1	B1 B2
Comprender el impacto de las TIC en las organizaciones y evaluar las áreas potenciales para su aplicación.	A1 A7 A15	B1 B2
Conocer y practicar en relación a los principales sistemas de gestión empresarial habituales en las empresas (ERP, CRM, Business Intelligence).	A1 A6 A7 A15 A16	B1 B2 B3 B11 B13
comprender el papel que internet juega en las organizaciones actuales.	A7 A15 A16	B1 B2 B3 B11 B13
Presentar los principales aspectos relativos a la gestión de las TIC, con un énfasis expcial en lo relacionado con las decisiones que debe tomar la dirección relacionadas con los Sistemas de Información.	A1 A14	B1 B2

Contenidos
Tema

Capítulo 1. Los sistemas y tecnologías de la información en la empresa.
Capítulo 2. Sistemas integrados de Gestión (ERP).
Capítulo 3. Sistemas de información de marketing y aplicaciones CRM.
Capítulo 4. Herramientas de Business Intelligence y sistemas de apoyo a la toma de decisiones.
Capítulo 5. Website corporativo, comercio electrónico y presencia en redes sociales.
Capítulo 6. Otras aplicaicones de las TIC en el ámbito empresarial.
Capítulo 7. Infraestructura TIC y tecnologías emergentes.
Capítulo 8. La gestión en las TIC en la empresa.
Capítulo 9. La gestión de la seguridad de la información.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Tutoría en grupo	5	15	20
Sesión magistral	20	30	50
Resolución de problemas y/o ejercicios	3	7	10
Proyectos	25	25	50
Estudio de casos/análisis de situaciones	5	15	20

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

Metodologías

	Descripción
Tutoría en grupo	Control tutorial del proceso de aprendizaje del alumno. Exposición y resolución de dudas en grupos reducidos.
Sesión magistral	Exposición en el aula por parte del docente de los contenidos más relevantes y de mayor dificultad conceptual.
Resolución de problemas y/o ejercicios	-
Proyectos	Realización de trabajos y proyectos.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Resolución por parte de los alumnos de casos prácticos y situaciones reales en base a modelos desarrollados previamente en grupo por parte del profesor.

Atención personalizada

Metodologías	**Descripción**
Estudio de casos/análisis de situaciones	Seguimiento individualizado del aprendizaje de cada uno de los alumnos.
Tutoría en grupo	Seguimiento individualizado del aprendizaje de cada uno de los alumnos.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Examen Final	60
Resolución de problemas y/o ejercicios	Seguimiento de trabajo individual que realizan los alumnos en la clase, ya que en la mayor parte de las sesiones, los alumnos realizarán casos prácticos individualmente, en sus equipos informáticos. Prueba parcial de la asignatura	25
Proyectos	Trabajos y proyectos. Resolución de casos prácticos realizados en grupo y aportación de los alumnos de los debates realizados en clase.	15

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las clases es un componente esencial de la evaluación y, por lo tanto, es obligatoria. Todas las faltas serán tenidas en cuenta, aunque éstas hayan sido justificadas.

Las penalizaciones serán de aplicación en cada asignatura, en función de los siguientes baremos:

* La no asistencia a más del 10% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de un tercio en la evaluación continua de la asignatura.

* La no asistencia a más del 20% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de dos tercios en la evaluación continua de la asignatura.

* La no asistencia a más del 30% de las horas lectivas, se penalizará con un cero en la evaluación continua de la asignatura.

La nota obtenida en la evaluación continua (40% de la nota final) se mantendrá en todas las convocatorias del año académico 2013/2014.

La corrección de los exámenes finales será ciega.

Fuentes de información
Suárez C. y Gómez A., **Sistemas de Nformación: Herramientas prácticas para la gestión empresarial**, RAMA. Cuarta Edición,
Laudon, K., Laudon J., **Management Information Systems.**, Prentice Hall. 12ª Edición,
Cornellá, A., **Infonomia.com**, Deusto, Bilbao,
Davenport, T.H., **Process Innovation**, Harvard Business School Press, Boston,
Gómez Vieites, A., **Enciclopedia de la Seguridad Informática**, Ra-Ma, 2ª Edición. Madrid,
Laudon, K., **Management Information Systems**, Prentice Hall, New Jersey,
LI, C.; Bernoff, J., **Groundswell, Expanded and Revised Edition: Winning in a World Transformed by Social Tecnhnologies**, Harvard Business Review Press, Boston,
Wolland, R.; Smith, N.: Zhou, C., **The Social Media Management Handbook: Everything You Need to know to get social media working in your business**, John Wiley & Sons, New Jersey,
Zarrella, D., **The social media marketing book**, O'Reilly Media, Sebastopol, California,
Zarrella, D.; Zarrella, A., **The facebook marketing book**, O'Reilly Media, Sebastopol, California,

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Planificación estratégica y desarrollo empresarial				
Asignatura	Planificación estratégica y desarrollo empresarial			
Código	V55G020V01936			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Departamento de la Escola de Negocios Caixanova (Vigo)			
Coordinador/a	García Erquiaga, Eduardo			
Profesorado	García Erquiaga, Eduardo			
Correo-e	egarcia@escueladenegociosncg.edu			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación	
Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las interrelaciones existentes entre los distintos subsistemas que conforman el sistema empresarial
A3	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los aspectos internos, funciones y procesos de las organizaciones incluyendo su naturaleza, estructura, gobierno, operativa y dirección
A4	Poseer y comprender conocimientos acerca de: El marco económico que regula las actividades empresariales, y la correspondiente normativa
A5	Poseer y comprender conocimientos acerca de: La relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial
A6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
A7	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial
A8	Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio
A9	Identificar la generalidad de los problemas económicos que se plantean en las empresas, y saber utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución
A10	Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa
A11	Tomar decisiones estratégicas utilizando diferentes tipos de modelos empresariales
A12	Solucionar de manera efectiva problemas y tomar decisiones utilizando métodos cuantitativos y cualitativos apropiados, incluyendo entre ellos la identificación, formulación y solución de los problemas empresariales
A13	Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes
A15	Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B10	Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
B11	Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B15	Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B16	Capacidad de liderazgo, incluyendo empatía con el resto de personas
B17	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
B18	Compromiso ético en el trabajo
B19	Motivación por la calidad y la mejora continua

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Comprender las bases que explican la competitividad empresarial	A1 A3 A4 A5 A6	B1 B2
Realizar un adecuado diagnóstico de la empresa y tomar decisiones estratégicas	A1 A3 A4 A5 A6 A7 A9 A10 A11 A12	B1 B2 B13
Presentar informes y planes conducentes a la elección del futuro personal y empresarial	A9 A10 A11 A13 A15	B1 B2 B4 B5 B10 B11 B13 B15 B16 B17
Progresar en la cooperación y la integración en un equipo profesional de trabajo logrando una aportación efectiva al equipo para el logro de resultados	A1 A8 A13	B1 B2 B5 B8 B9 B15 B16 B17 B18 B19

Contenidos	
Tema	
Análisis de situaciones de negocio	La decisión y la estrategia Análisis de situaciones y diseño de planes de acción
El concepto de estrategia. La gerencia y sus funciones en la dirección general	
Nuevas empresas. La estrategia en el momento inicial. La importancia de acertar en el diseño estratégico	
Una metodología para el diagnóstico y diseño de la empresa	El proceso estratégico Cómo realizar el plan estratégico en la práctica
Los componentes del diagnóstico estratégico	Análisis externo Diagnóstico del negocio Análisis del soporte y la estructura empresarial Los procesos Objetivos y resultados
Del diagnóstico al diseño del plan empresarial	Cómo elaborar un plan director y reflejar en él el futuro de la compañía
La puesta en marcha del plan empresarial	Implantación de la estrategia Actitudes y papel de la Dirección General en el proceso Estrategia y desarrollo empresarial

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos tutelados	10	20	30
Sesión magistral	10	25	35
Metodologías integradas	35	20	55
Presentaciones/exposiciones	10	20	30

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

Metodologías	
	Descripción
Trabajos tutelados	los alumnos desarrollarán planes a partir del análisis de situaciones de negocio planteadas.
Sesión magistral	A lo largo de las sesiones magistrales se recorrerán los componentes del diagnóstico y diseño de la estrategia aportando método para la resolución de casos, elaboración de planes y desarrollo del proyecto fin de carrera
Metodologías integradas	Los alumnos se enfrentarán, en grupos, a una competición simulada de empresas para practicar las habilidades y conocimientos adquiridos a lo largo de la titulación y así integrar todas las áreas funcionales de la empresa
Presentaciones/exposiciones	Los alumnos presentarán, en grupo o individualmente, sus propuestas y planes respondiendo al análisis de situaciones de negocios planteadas a lo largo de la materia.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Trabajos tutelados	A lo largo del curso los alumnos podrán consultar con el profesor a título individual cuantas dudas tengan sobre los apartados de la materia y sobre las implicaciones que el proceso de aprendizaje sobre estrategia pueda generar en su plan de futuro personal y profesional.

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	Evaluación de los trabajos de planificación presentados	10
Sesión magistral	Examen individual conducente a conocer el aprendizaje de los conceptos esenciales y la capacidad de resolución de casos	50
Metodologías integradas	Se valorará la participación personal en el Business Game, tanto aptitudinal como actitudinalmente.	30
Presentaciones/exposiciones	Aportaciones en clase	10

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las clases es un componente esencial de la evaluación y, por lo tanto, es obligatoria. Todas las faltas serán tenidas en cuenta, aunque éstas hayan sido justificadas.

Las penalizaciones serán de aplicación en cada asignatura, en función de los siguientes baremos:

· La no asistencia a más del 10% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de un tercio en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 20% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de dos tercios en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 30% de las horas lectivas, se penalizará con un cero en la evaluación continua de la asignatura.

La nota obtenida en la evaluación continua (50% de la nota final) se mantendrá en todas las convocatorias del año académico 2013/2014.

La corrección de los exámenes finales será ciega.

Fuentes de información

Mintzberg, H, **El proceso estratégico**, Prentice Hall,

García Erquiaga, E., **Organizar para crear valor**, Escuela de Negocios Novacaixagalicia,

García Erquiaga, E, **Saber decidir**, Andavira Editora,

Recomendaciones

Otros comentarios

La materia se orientará a capacitar a los alumnos en el ámbito estratégico, tanto a nivel empresarial como individual, personal y profesional. Nos centraremos en cómo elegir el futuro para lograr los objetivos centrales en cualquiera de esos ámbitos. Profundizaremos en las aptitudes y actitudes de quede tener todo estratega.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Creación de empresas y business plan				
Asignatura	Creación de empresas y business plan			
Código	V55G020V01937			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Departamento de la Escola de Negocios Caixanova (Vigo)			
Coordinador/a	García Álvarez, Óscar			
Profesorado	García Álvarez, Óscar			
Correo-e	ogarcia@escueladenegociosncg.edu			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación	
Código	
A3	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los aspectos internos, funciones y procesos de las organizaciones incluyendo su naturaleza, estructura, gobierno, operativa y dirección
A4	Poseer y comprender conocimientos acerca de: El marco económico que regula las actividades empresariales, y la correspondiente normativa
A6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
A8	Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio
A11	Tomar decisiones estratégicas utilizando diferentes tipos de modelos empresariales
A13	Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes
A14	Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones
A16	Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B11	Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B14	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado
B15	Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B17	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
B18	Compromiso ético en el trabajo
B19	Motivación por la calidad y la mejora continua

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conocer las alternativas legales para la fundación de una empresa y los procedimientos necesarios para su nacimiento legal.	A3 A4 A6 A16	B5 B13 B15
Dominar los modelos clásicos y actuales de presentación de un modelo de negocio.	A6 A8 A11 A14	B1 B2 B4 B9

Conocer los factores críticos para el éxito de una nueva empresa.	A3 A6 A8 A13 A16	B2 B19
Aprender a completar un buen plan de empresa, entendiendo los apartados que aglutina y la información clave necesaria en cada uno de ellos.	A3 A6 A11 A16	B1 B5 B9 B14 B15 B19
Practicar los procesos de manejo de información y toma de decisiones, en entornos específicos.	A8 A13 A14	B1 B4 B5 B8 B9 B13 B15 B18
Practicar en la gestión del trabajo en equipo y la consecución de resultados grupales.	A8 A13 A14	B1 B4 B5 B8 B9 B13 B15 B18
Presentar y defender un modelo de negocio.	A3 A6 A14 A16	B1 B4 B11 B13 B14 B17

Contenidos	
Tema	
La creación de empresas	El concepto de empresarialidad y emprendedor Factores críticos para el éxito de una nueva empresa
Proceso de creación de la empresa y trámites de constitución	Alternativas legales de constitución Proceso de constitución e inscripción legal de una compañía
Proceso de diagnóstico y diseño de la estrategia	Las bases de la planificación estratégica Simulación empresarial
Business Plan	El Lean Startup y el Canvas Model El Plan de Empresa: concepto, apartados y metodología

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Presentaciones/exposiciones	10	20	30
Tutoría en grupo	0	10	10
Trabajos tutelados	10	20	30
Sesión magistral	10	15	25
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	35	20	55
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

Metodologías	
	Descripción
Presentaciones/exposiciones	Los alumnos presentarán, en grupo o individualmente, sus propuestas de nueva empresa, así como las estrategias específicas durante la simulación empresarial.
Tutoría en grupo	Los alumnos podrán solucionar sus dudas de trabajos o clases mediante un tiempo específico de atención por parte del profesor.
Trabajos tutelados	Los alumnos se enfrentarán, en grupo, a la puesta en marcha de una empresa ficticia, explicando su modelo de negocio y completando los procesos legales.

Sesión magistral	El profesor planteará los contenidos teóricos necesarios para la realización de los trabajos y pruebas de evaluación posteriores. En todas ellas se solicitará la participación de los alumnos, para garantizar la correcta comprensión de lo explicado y mantener el adecuado nivel de atención.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Todos los alumnos podrán consultar con el profesor a título individual las dudas que tengan sobre los diferentes apartados de la materia.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Presentaciones/exposiciones	Evaluación individualizada de las presentaciones realizadas.	10
Trabajos tutelados	Evaluación subjetiva de los trabajos presentados	30
Sesión magistral	Examen individual	30
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Los alumnos se enfrentarán, en grupos, a una competición simulada de empresas, para practicar los conocimientos y habilidades desarrollados durante la titulación.	30

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las clases es un componente esencial de la evaluación y, por lo tanto, es obligatoria. Todas las faltas serán tenidas en cuenta, aunque éstas hayan sido justificadas.

Las penalizaciones serán de aplicación en cada asignatura, en función de los siguientes baremos:

· La no asistencia a más del 10% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de un tercio en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 20% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de dos tercios en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 30% de las horas lectivas, se penalizará con un cero en la evaluación continua de la asignatura.

La nota obtenida en la evaluación continua (40% de la nota final) se mantendrá en todas las convocatorias del año académico 2013/2014.

La corrección de los exámenes finales será ciega.

Fuentes de información

García Erquiaga, Eduardo; y otros, **Claves para comprender la creación de empresas**,
García Álvarez, Óscar; y otros, **¿Es Galicia tierra de emprendedores? Las cifras de la creación de empresas en Galicia**,
García Álvarez, Óscar; y otros, **¿Cómo es el emprendedor gallego de éxito?**,
García Álvarez, Óscar; y otros, **La nueva empresa gallega de éxito**,
García Álvarez, Óscar; y otros, **Dificultades propias del proceso de creación de empresas**,
García Álvarez, Óscar; y otros, **Alternativas de financiación para un proyecto emprendedor**,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Trabajo de Fin de Grado/V55G020V01991

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Derecho mercantil/V55G020V01205
Empresa: Fundamentos de administración/V55G020V01102
Empresa: Gestión de empresas/V55G020V01203
Régimen fiscal de la empresa I/V55G020V01504

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Protocolo y relaciones públicas				
Asignatura	Protocolo y relaciones públicas			
Código	V55G020V01938			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Departamento de la Escola de Negocios Caixanova (Vigo)			
Coordinador/a	Lorda Sánchez, Maria José			
Profesorado	Lorda Sánchez, Maria José			
Correo-e	mlorda@escueladenegociosncg.edu			
Web				
Descripción general	Introducir al alumno en los conceptos básicos del protocolo y en su aplicación a la organización de eventos y el mantenimiento del protocolo social en el ámbito empresarial			

Competencias de titulación	
Código	
A3	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los aspectos internos, funciones y procesos de las organizaciones incluyendo su naturaleza, estructura, gobierno, operativa y dirección
A5	Poseer y comprender conocimientos acerca de: La relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial
A6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
A8	Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio
A12	Solucionar de manera efectiva problemas y tomar decisiones utilizando métodos cuantitativos y cualitativos apropiados, incluyendo entre ellos la identificación, formulación y solución de los problemas empresariales
A14	Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B15	Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B16	Capacidad de liderazgo, incluyendo empatía con el resto de personas
B17	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
B19	Motivación por la calidad y la mejora continua

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Planificar, organizar y desarrollar diferentes tipos de actos, especialmente en el ámbito empresarial.	A8 A12 A14	B1 B2 B4 B5 B8 B9 B13 B15 B19
Conocer y comprender los conceptos y reglas básicas del protocolo.	A3 A5 A6	B13

Conocer y utilizar las pautas generales del protocolo social como elemento clave en las relaciones empresariales.	A8 A12 A14	B2 B4 B5 B8
Presentar y defender propuestas basadas en trabajos individuales y grupales.		B1 B2 B4 B5 B8 B9 B16 B17

Contenidos	
Tema	
1. EL PROTOCOLO COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR	1.1. Protocolo. Concepto y definición. 1.2. Papel del protocolo en el ámbito empresarial.
2. REGLAS BÁSICAS PARA LA ORGANIZACIÓN DE ACTOS	2.1. Las presidencias en protocolo. 2.2. La ordenación de invitados. 2.3. Las invitaciones y las notas de protocolo. 2.4. Banderas e himnos.
3. EL PROTOCOLO EMPRESARIAL	3.1. Criterios generales para la organización de actos empresariales. 3.2. Las precedencias internas. 3.3. Las presidencias en los actos de las empresas y la ordenación de sus invitados. 3.4. La organización de actos específicos en la empresas. 3.5. Los regalos de empresa.
4. RELACIONES INFORMATIVAS	4.1. La convocatoria de prensa. 4.2. La nota de prensa. 4.3. El centro de prensa. 4.4. El dossier informativo para la prensa.
5. PROTOCOLO Y RELACIONES SOCIALES EN LA EMPRESA	5.1. Reglas básicas de urbanidad, cortesía y etiqueta. 5.2. La imagen personal. 5.3. Cortesía en la mesa. 5.4. Las relaciones empresariales con otras culturas.
6. GESTIÓN, ORGANIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE ACTOS	6.1. Planificación de un acto. 6.2. Contenido de los actos y función de los organizadores. 6.3. Gestión del presupuesto de un acto. 6.4. Organización de los actos más habituales: Inauguraciones, presentaciones, visitas de autoridades y personalidades, entregas de premios...

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	10	10	20
Presentaciones/exposiciones	10	15	25
Tutoría en grupo	0	10	10
Sesión magistral	28	20	48
Pruebas de autoevaluación	4	0	4
Trabajos y proyectos	8	35	43
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

Metodologías	
	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Los alumnos se enfrentarán, en grupo o individualmente, a casos prácticos, reales o figurados, en situaciones los cuales aplicarán los conocimientos adquiridos durante las sesiones magistrales.
Presentaciones/exposiciones	Los alumnos presentarán, en grupo o individualmente, las conclusiones que hayan obtenido en el desarrollo de análisis de casos y elaboración de trabajos y proyectos.
Tutoría en grupo	Los alumnos podrán solucionar sus dudas de trabajos o clases mediante un tiempo específico de atención por parte del profesor
Sesión magistral	El profesor planteará los contenidos teóricos y técnias básicas necesarios para la realización de los trabajos y pruebas de evaluación posteriores. En todas ellas se solicitará la participación de los alumnos, para garantizar la correcta comprensión de lo explicado y mantener el adecuado nivel de atención.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Tutoría en grupo	Seguimiento individualizado del aprendizaje de cada uno de los alumnos.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Estudio de casos/análisis de situaciones	Evaluación de casos individuales y en grupo	5
Presentaciones/exposiciones	Evaluación individual de las presentaciones realizadas	10
Sesión magistral	Examen individual final	50
Pruebas de autoevaluación	Exámenes parciales individuales	5
Trabajos y proyectos	Evaluación de los trabajos y proyectos desarrollados	30

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las clases es un componente esencial de la evaluación y, por lo tanto, es obligatoria. Todas las faltas serán tenidas en cuenta, aunque éstas hayan sido justificadas.

Las penalizaciones serán de aplicación en cada asignatura, en función de los siguientes baremos:

· La no asistencia a más del 10% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de un tercio en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 20% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de dos tercios en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 30% de las horas lectivas, se penalizará con un cero en la evaluación continua de la asignatura.

La nota obtenida en la evaluación continua (50% de la nota final) se mantendrá en todas las convocatorias del año académico 2013/2014.

La corrección de los exámenes finales será ciega.

Fuentes de información

Fuente Lafuente, Carlos, **Protocolo para eventos. Técnicas de organización de actos I**,

Herrero, J.C., Fuente Lafuente J.L., **La comunicación en el protocolo. Las redes socciales, Internet y los medios tradicionales en la organización de actos**,

Martínez Guillén, M.C., **Manual básico de protocolo empresarial y social**,

Catro Maeste, M.M., **Protocolo social**,

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Gestión de procesos y sistemas de calidad				
Asignatura	Gestión de procesos y sistemas de calidad			
Código	V55G020V01939			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Departamento de la Escola de Negocios Caixanova (Vigo)			
Coordinador/a	Rodríguez Gavín, Mónica			
Profesorado	Rodríguez Gavín, Mónica			
Correo-e	mrodriguez@escueladenegociosncg.			
Web				
Descripción general	La materia aborda los aspectos necesarios para asegurar la adopción del enfoque basado en procesos en los diferentes contextos organizativos, así como para asegurar el diseño, implantación y mejora continua de sistemas de gestión de la calidad de acuerdo con las normas y referenciales de aplicación. Asimismo, se abordan las claves para superar con éxito las auditorías de certificación de los citados sistemas.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las interrelaciones existentes entre los distintos subsistemas que conforman el sistema empresarial
A3	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los aspectos internos, funciones y procesos de las organizaciones incluyendo su naturaleza, estructura, gobierno, operativa y dirección
A5	Poseer y comprender conocimientos acerca de: La relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial
A6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
A7	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial
A8	Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio
A10	Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa
A11	Tomar decisiones estratégicas utilizando diferentes tipos de modelos empresariales
A12	Solucionar de manera efectiva problemas y tomar decisiones utilizando métodos cuantitativos y cualitativos apropiados, incluyendo entre ellos la identificación, formulación y solución de los problemas empresariales
A13	Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes
A14	Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B3	Habilidades relacionadas con el uso de aplicaciones informáticas utilizadas en la gestión empresarial
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B6	Habilidades de comunicación a través de Internet y, manejo de herramientas multimedia para la comunicación a distancia
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B11	Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa
B12	Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B15	Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B16	Capacidad de liderazgo, incluyendo empatía con el resto de personas
B17	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
B18	Compromiso ético en el trabajo
B19	Motivación por la calidad y la mejora continua

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conseguir que el alumnado adquiera los conocimientos y las habilidades necesarias para asegurar la adopción del enfoque basado en procesos en los diferentes contextos organizativos, así como para asegurar el diseño, implantación, certificación y mejora de sistemas de gestión de la calidad de acuerdo con las normas y referenciales de aplicación.	A1 A3 A5 A6 A7 A8 A10 A11 A12 A13 A14	B11 B12 B13 B17 B18 B19
Fomentar en el alumnado la capacidad de análisis y síntesis, el pensamiento crítico y autocrítico, la mejora de la comunicación, la resolución de problemas, etc., con la finalidad de orientar el aprendizaje a su aplicación en el mundo laboral.	A8 A10 A11 A12 A13 A14	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B11 B12 B13 B17 B18 B19
Lograr que el alumnado consiga comprender y adoptar los diferentes roles asociados a la implantación y auditoría de sistemas de gestión de la calidad.	A8 A13	B4 B9 B15 B16 B17 B18 B19

Contenidos	
Tema	
1. LA CALIDAD Y SU CONTEXTO	1.1. La definición de calidad 1.2. La evolución histórica de la calidad 1.3. La infraestructura de la calidad 1.4. Los principios de gestión de la calidad
2. LA GESTIÓN DE PROCESOS	2.1. El proceso y sus elementos 2.2. El mapa de procesos 2.3. La documentación de procesos 2.4. El seguimiento, la medición y el análisis de procesos 2.5. La mejora continua de la gestión de procesos
3. LOS SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	3.1. La necesidad e importancia de los sistemas de gestión de la calidad 3.2. El diseño e implantación de un sistema de gestión de la calidad según la norma ISO 9001: - Enfoque basado en procesos - Requisitos de la documentación - Responsabilidades de la dirección - Gestión de los recursos - Realización del producto - Medición, análisis y mejora 3.3. La norma ISO 9004 y los modelos de excelencia 3.4. La gestión de la calidad según otras normas y referenciales sectoriales (automoción, alimentación, turismo, comercio, administración pública, etc.) 3.5. La integración de la gestión de la calidad con otras disciplinas (medio ambiente, seguridad, responsabilidad social, etc.)
4. LA AUDITORÍA DE LOS SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	4.1. Téminos y principios de auditoría 4.2. Programación y actividades de auditoría 4.3. La competencia de los auditores 4.4. La relación entre auditor y auditado 4.5. El proceso de certificación del sistema de gestión de la calidad

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	5	10	15
Presentaciones/exposiciones	5	10	15
Resolución de problemas y/o ejercicios	15	0	15
Sesión magistral	30	40	70
Pruebas de tipo test	1	0	1
Pruebas de respuesta corta	1	0	1
Trabajos y proyectos	3	0	3
Otras	0	0	0
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

Metodologías	
	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Formulación de casos y exposición de situaciones con la finalidad de que el alumnado lleve a cabo el correspondiente análisis y proponga las soluciones y/o mejoras que proceda.
Presentaciones/exposiciones	Exposición por parte del alumnado de los resultados del estudio de casos y trabajos desarrollados.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Formulación de problemas y/o ejercicios relacionados con los contenidos de la materia con la finalidad de que el alumnado proceda a su análisis y resolución.
Sesión magistral	Exposición por el profesorado del marco teórico necesario para asegurar la adecuada comprensión de la materia y la orientación para el desarrollo de los casos, problemas y ejercicios planteados.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Sesión magistral	Apoyo del profesorado con la finalidad de asesorar y orientar al alumnado en relación con los contenidos y las actividades de la materia, así como con el proceso de aprendizaje
Estudio de casos/análisis de situaciones	Apoyo del profesorado con la finalidad de asesorar y orientar al alumnado en relación con los contenidos y las actividades de la materia, así como con el proceso de aprendizaje
Presentaciones/exposiciones	Apoyo del profesorado con la finalidad de asesorar y orientar al alumnado en relación con los contenidos y las actividades de la materia, así como con el proceso de aprendizaje
Resolución de problemas y/o ejercicios	Apoyo del profesorado con la finalidad de asesorar y orientar al alumnado en relación con los contenidos y las actividades de la materia, así como con el proceso de aprendizaje
Pruebas	**Descripción**
Trabajos y proyectos	Apoyo del profesorado con la finalidad de asesorar y orientar al alumnado en relación con los contenidos y las actividades de la materia, así como con el proceso de aprendizaje

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Pruebas de tipo test	En el examen final se incluyen preguntas tipo test	20
Pruebas de respuesta corta	En el examen final se incluyen pruebas de respuesta corta	30
Trabajos y proyectos	Valoración del contenido y de la exposición de trabajo desarrollado por el alumnado	10
Otras	Evaluación continua del desarrollo de las actividades propuestas al alumnado, incluyendo la asistencia a las sesiones magistrales.	40

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las clases es un componente esencial de la evaluación y, por lo tanto, es obligatoria. Todas las faltas serán tenidas en cuenta, aunque éstas hayan sido justificadas.

Las penalizaciones serán de aplicación en cada asignatura, en función de los siguientes baremos:

· La no asistencia a más del 10% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de un tercio en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 20% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de dos tercios en la evaluación

continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 30% de las horas lectivas, se penalizará con un cero en la evaluación continua de la asignatura.

La nota obtenida en la evaluación continua (50% de la nota final) se mantendrá en todas las convocatorias del año académico 2013/2014.

La corrección de los exámenes finales será ciega.

Fuentes de información
PARDO ÁLVAREZ, J.M., **Configuración y usos de un mapa de procesos**, 2012,
CIANFRANI, C. y otros, **Norma ISO 9001:2008 comentada**, 2009,
JONQUIÈRES, M., **Manual de auditoría de los sistemas de gestión**, 2010,
AENOR, **Norma UNE-EN-ISO 9000 (Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario)**, 2005,
AENOR, **Norma UNE-EN-ISO 9001 (Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos)**, 2008,
AENOR, **Norma UNE-EN-ISO 9004 (Gestión para el éxito sostenido de una organización. Enfoque de gestión de la calidad)**, 2005,
EFQM, **Modelo EFQM de Excelencia**, 2013,

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Gestión de la empresa familiar				
Asignatura	Gestión de la empresa familiar			
Código	V55G020V01940			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Departamento de la Escola de Negocios Caixanova (Vigo)			
Coordinador/a	Negreira Del-Rio, Francisco			
Profesorado	Negreira del Río, Jesús Negreira Del-Rio, Francisco			
Correo-e	pnegreira@escueladenegociosncg.e			
Web				
Descripción general	Adquirir los conocimientos que permitan conocer y manejar las claves de éxito en la continuidad de las empresas familiares			

Competencias de titulación	
Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las interrelaciones existentes entre los distintos subsistemas que conforman el sistema empresarial
A3	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los aspectos internos, funciones y procesos de las organizaciones incluyendo su naturaleza, estructura, gobierno, operativa y dirección
A5	Poseer y comprender conocimientos acerca de: La relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial
A13	Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B15	Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B17	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Comprender las relaciones existentes entre los diferentes subsistemas que conforman la realidad de la empresa familiar, a saber: empresa, propiedad y familia	A1	
Comprender y poseer los conocimientos acerca de las características específicas de las estructuras de gobierno de las empresas familiares	A3	
Comprender la relaciones específicas que las empresas familiares tienen con su entorno y cómo las mismas influyen y condicionan su sostenibilidad empresarial, así como conocer qué cuestiones se deben regular para asegurar dicha sostenibilidad desde un plano accionarial	A5	
Adquirir los conocimientos acerca de la necesidad que tienen las empresas familiares de anticiparse y adaptarse a la evolución de su entorno y a las diferentes situaciones que provoca la evolución en el tiempo a diferentes velocidades de la propiedad, la empresa y la familia.	A13	
Es preciso que el alumno desarrolle una capacidad de análisis y síntesis que le permita diagnosticar la información compleja que conforma la realidad de una empresa familiar		B1
Es preciso que el alumno desarrolle y trabaje con un pensamiento crítico que le permita desarrollar propuestas diferentes a las existentes en una empresa familiar que permitan dar nuevas soluciones a los nuevos problemas que se les planteen en el futuro.		B2
Es preciso que el alumno disponga de competencias interpersonales de comunicación necesarias para poder desarrollar el trabajo de fin de curso, tanto en lo relativo a la obtención de información como en la presentación pública de la misma		B8
La realización del trabajo de fin de curso requiere que el alumno disponga de iniciativa para obtener la información necesaria		B15
El seguimiento de la asignatura y la preparación del trabajo de fin de curso requiere que el alumno sepa planificar su tiempo y gestionar sus compromisos		B17

Contenidos
Tema
T1.- La realidad de la empresa familiar: el modelo de los 3 círculos de Davis y Taguri
T2.- ¿Qué implica planificar la sucesión en la empresa familiar?
T3.- El Gobierno Corporativo: la Teoría de la Agencia y la Teoría del Stewardship
T4.- El Buen Gobierno en la Pyme Familiar
T5.- El rol y la gestión de la familia en la empresa familiar
T6.- La protección del patrimonio: la importancia de la planificación tributaria
T7.- El Protocolo Familiar como herramienta de planificación y gestión del tránsito generacional

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	47	10	57
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	20	20
Trabajos tutelados	8	18	26
Tutoría en grupo	0	18	18
Presentaciones/exposiciones	4	4	8
Pruebas de respuesta corta	1	5	6
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	0	15	15

*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 contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices del trabajo, ejercicios o proyectos que tiene que desarrollar el alumnado, así como la discusión en grupo de los casos prácticos trabajados por los alumnos fuera del aula
Resolución de problemas y/o ejercicios	Trabajo por parte de los alumnos, individualmente o en grupo, de los casos prácticos relacionados con las bases teóricas desarrolladas en las sesiones magistrales
Trabajos tutelados	Tutorías en grupo para ver la evolución del trabajo de la materia, resolver las dudas que pudiera haber y preparar la exposición final de curso
Tutoría en grupo	Atención al alumno individuamente o en grupo para la resolución de cualquier duda relacionada con la materia
Presentaciones/exposiciones	Exposición de los trabajos de fin de curso por grupos delante de toda el aula

Atención personalizada

Evaluación

	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Se valorará la cantidad y calidad de las aportaciones del alumno a la discusión, reflexión y debate en el aula de las sesiones magistrales	10
Presentaciones/exposiciones	Exposición de un trabajo final descriptivo de una empresa familiar, donde se aborde el diagnóstico de la situación actual desde la perspectiva del tránsito sucesorio, así como las líneas de trabajo a seguir	10
Pruebas de respuesta corta	Control de tipo test para medir la evolución del alumno sobre la mitad del curso aproximadamente	20
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Realización del examen final de curso	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las clases es un componente esencial de la evaluación y, por lo tanto, es obligatoria. Todas las faltas serán tenidas en cuenta, aunque éstas hayan sido justificadas.

Las penalizaciones serán de aplicación en cada asignatura, en función de los siguientes baremos:

· La no asistencia a más del 10% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de un tercio en la evaluación

continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 20% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de dos tercios en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 30% de las horas lectivas, se penalizará con un cero en la evaluación continua de la asignatura.

La nota obtenida en la evaluación continua (40% de la nota final) se mantendrá en todas las convocatorias del año académico 2013/2014.

La corrección de los exámenes finales será ciega.

Fuentes de información
Dyer, W.G., **Cultural changes in family firms**, Joseey-Bass,
Gallo, M.A., **La empresa familiar. Trampas, ciclos de vida, sucesión, órganos de gobierno**, Ediciones Folio,
Negreira, F.; Negreira, J.; Plaza, A., **Yo no vendí. No lo hagáis vosotros. Empresa familiar y sucesión**, Colección Escuela de Negocios Caixanova, Ediciones Tórculo,
Negreira,F.; Negreira, J., **El Buen Gobierno en la Pyme Familiar**, Andavira Editorial,
N.Costa, A.; Negreira, F.; Negreira, J., **50 Perguntas Essenciais Sobre Empresas Familiares**, Vida Económica,

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Liderazgo y habilidades de la comunicación				
Asignatura	Liderazgo y habilidades de la comunicación			
Código	V55G020V01941			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento	Departamento de la Escola de Negocios Caixanova (Vigo)			
Coordinador/a	Jamardo Suárez, Begoña			
Profesorado	Jamardo Suárez, Begoña			
Correo-e	bjamardo@escueladenegociosncg.ed			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación	
Código	
A5	Poseer y comprender conocimientos acerca de: La relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial
A6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
A8	Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio
A11	Tomar decisiones estratégicas utilizando diferentes tipos de modelos empresariales
A13	Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes
A15	Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
A16	Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B7	Leer y comunicarse en inglés como lengua extranjera
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B12	Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B15	Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B16	Capacidad de liderazgo, incluyendo empatía con el resto de personas
B18	Compromiso ético en el trabajo
B19	Motivación por la calidad y la mejora continua

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Diferenciar entre diversidad y estereotipos y valorar el impacto de la globalización económica en la sociedad actual.	A5 A15	B2 B7 B8
Ser capaz de aplicar un modelo científico de análisis cultural para adaptar las estrategias de expansión internacional de la empresa a los países objetivo	A5 A11 A13 A15	B2 B7 B12 B13 B16

Auto evaluar el Coeficiente de Inteligencia Intercultural para potenciar puntos fuertes y mejorar puntos débiles de la capacidad de liderazgo en entornos internacionales,	A13	B2 B7 B9 B13 B15 B16 B19
Ser capaz de identificar y analizar diferencias culturales clave con países estratégicos para nuestro entorno empresarial y aplicarlas en la dirección internacional con especial atención a criterios de responsabilidad social.	A5 A6 A11 A15 A16	B1 B4 B5 B7 B9 B13 B18
Mejorar la capacidad de negociación y comunicación interpersonal con otras culturas, reconociendo y utilizando la diversidad en señales no verbales.	A8 A15	B4 B5 B7 B9 B13 B16

Contenidos	
Tema	
1. DIVERSIDAD CULTURAL: FUNDAMENTOS	1.1. ¿Cómo afecta la cultura a nuestra percepción de la realidad? 1.2. ¿Camina el mundo hacia la globalización o hacia la diversidad cultural? 1.3. Qué es cultura versus estereotipos 1.4. Diferencias culturales en la dirección internacional
2.- MODELOS DE ANALISIS CULTURAL	2.1. Hall 2.2. Hampden Turner y Trompenaars 2.3. The Globe Project 2.4. The Lewis Pyramid 2.6. The world value survey 2.7. Gert Hofstede: 2.7.1. Culturas colectivistas vs individualistas 2.7.2. Culturas igualitarias vs jerárquicas 2.7.3. Culturas femeninas vs masculinas 2.7.4. Culturas de alta o baja aversión a a la incertidumbre 2.7.5. Culturas orientadas al corto o al largo plazo. 2.7.6. Culturas de indulgencia vs contención
4. LIDERAZGO INTERCULTURAL Y DIRECCION DE PERSONAS	4.1. Diferencias culturales en los procesos de selección. 4.2. Gestión de la expatriación: fracasos 4.3. El shock cultural 4.4. Gestión de equipos multiculturales: equipos virtuales 4.5. El Coeficiente de inteligencia intercultural como herramienta de desarrollo del liderazgo intercultural.
5. COMUNICACION INTERCULTURAL	5.1. Diferencias culturales en la negociación 5.2. Perfil del buen negociador intercultural 5.3. Estilos de comunicación: Sajón, Mediterráneo y Asiático. 5.4. Comunicación no verbal en la negociación intercultural. 5.4.1. Componentes e interpretación 5.4.2. Universalidad y diferencias culturales 5.4.3. Elementos clave en la negociación: Entorno-Encuentro-Empatía 5.4.4. Gestos delatores: Desacuerdo y mentira

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	8	16	24
Presentaciones/exposiciones	6	18	24
Debates	4	4	8
Sesión magistral	30	60	90
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	2	0	2
Trabajos y proyectos	0	2	2

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

Metodologías	
	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	En cada tema los alumnos, en equipos de trabajo, analizarán diferentes casos de conflictos culturales en las distintas areas funcionales de la empresa y debatirán sus conclusiones en clase.
Presentaciones/exposiciones	Los alumnos, organizados en equipos de trabajo, expondrán las diferencias culturales entre España y un pais asignado por el profesor en el que aplicarán los modelos de análisis aprendidos en el aula.
Debates	Para la introduccion de los temas polémicos, como el impacto de la globalización económica, se usarán noticias de actualidad de medios de comunicación que servirán como punto de partida para debates que hagan reflexionar a los alumnos sobre la importancia de la materia en la realidad social y empresarial.
Sesión magistral	Se presentarán los contenidos haciendo uso de extenso material audiovisual y haciendo hincapié en la conexión entre concimientos adquiridos y la realidad actual desde un punto de vista ético y empresarial.

Atención personalizada

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se valorará la iniciativa y participación individual en el aula durante los debates y análisis de casos, ya sean presentados en soporte escrito como audiovisual.	10
Presentaciones/exposiciones	En equipos de trabajo los alumnos realizarán una exposición contrastiva entre la cultura española y de otro país. Se evaluarán el contenido (equipo), sorporte (equipo) y la capacidad de comunicación en inglés (individual)	15
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Examen final que abarcará todo el contenido teórico de la materia en preguntas de desarrollo y una parte práctica que incluirá casos, noticias, ejercicios y análisis de situaciones interculturales.	60
Trabajos y proyectos	En equipos: Selección y análisis de una noticia de actualidad con repercusión en medios internacionales en la que se demuestre la capacidad de aplicación de los conocimientos adquiridos.	15

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las clases es un componente esencial de la evaluación y, por lo tanto, es obligatoria. Todas las faltas serán tenidas en cuenta, aunque éstas hayan sido justificadas.

Las penalizaciones serán de aplicación en cada asignatura, en función de los siguientes baremos:

· La no asistencia a más del 10% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de un tercio en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 20% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de dos tercios en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 30% de las horas lectivas, se penalizará con un cero en la evaluación continua de la asignatura.

La nota obtenida en la evaluación continua (40% de la nota final) se mantendrá en todas las convocatorias del año académico 2013/2014.

La corrección de los exámenes finales será ciega.

Fuentes de información

Alvarez, G, **La comunicación como reflejo cultural: elementos no verbales**, Mergablum,

Trompenaars, F., **Riding the waves of culture**, The Economist,

Jamardo, B., **Body language in intercultural negotiations**, Licolm Europe,

Hofstede, G et al;, **Cultures and organizations: The software of the mind**, McGraw Hill,

Earley, P. et al.,, **Developing cultural intelligence at work**, Stanford Business Books,

Livermore, D., **The cultural intelligence difference**, Amacom Books,

Samovar,L.et al.,, **Communication between cultures**, Thomson Wadsworht,

Llamazares, O., **Como negociar con éxito en 50 países.**, Global Marketing Strategies,

Gesteland, R, **Cross-cultural business behaviour**, CBS Press,

Mole, J., **Mind your manners: Managing business in a global world**, Nicholas Brealey,

Livermore, D., **Leading with cultural intelligence**, Amacom Books,

Dumetz, J. et al.,, **Cross-cultural management textbook**, Dumetz. Eds,

Dowling,p.et al.,, **International Human Resources Management**, South Western Cencage,
www.geert-hofstede.com,
www.business-negotiations.com,
www.pewresearch.org (country attitudes worldwide),
http://www.worldvaluessurvey.org/ (cultural values worldwide),

www.Kwintessential.co.uk (multicultural resources. On line quizzes.Free country guides),
Jamardo,B., **Lideranca intercultural: O grande desafio da globalizaciao**, 20 Valores nº.1. Angola,

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comunicación y publicidad				
Asignatura	Comunicación y publicidad			
Código	V55G020V01944			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Departamento de la Escola de Negocios Caixanova (Vigo)			
Coordinador/a	Álvarez Fortes, Francisco			
Profesorado	Álvarez Fortes, Francisco			
Correo-e	falvarez@escueladenegociosncg.ed			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación	
Código	
A3	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los aspectos internos, funciones y procesos de las organizaciones incluyendo su naturaleza, estructura, gobierno, operativa y dirección
A5	Poseer y comprender conocimientos acerca de: La relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial
A6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
A7	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial
A11	Tomar decisiones estratégicas utilizando diferentes tipos de modelos empresariales
A16	Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B10	Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
B11	Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa
B12	Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B16	Capacidad de liderazgo, incluyendo empatía con el resto de personas
B17	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
B18	Compromiso ético en el trabajo
B19	Motivación por la calidad y la mejora continua

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conocer los conceptos relacionados con la comunicación y la gestión publicitaria	A3 A6	B1 B2 B4

Identificar los factores críticos de exito en una óptima planificación publicitaria	A5 A7 A11	B2 B5 B8 B9 B11 B13 B16 B17 B18 B19
Presentación y Defensa de Proyectos, Planes de Medios, Informes de Valoración de campañas	A5 A16	B5 B8 B9 B10 B11 B12 B13 B18 B19

Contenidos	
Tema	
1. La Comunicación, la Publicidad y el Marketing	- Relaciones entre la Comunicación, la Publicidad y el Marketing. - La Publicidad en el Marketing. - Tipos de Publicidad. - La Inversión de Comunicación en España.
2. La Planificación y Gestión Publicitaria	- El Producto. - El Mercado. - Los Medios Publicitarios: Medios Convencionales y No Convencionales. - La Creativdiad Publilcitaria.

3. Los Medios Convencionales	- PRENSA. - Estructura y Tarifa. - Difusión. - Audiencia. - Coste por Mil Impactos. - Ubicaciones. - Realización Gráfica. - REVISTAS y SUPLEMENTOS DOMINICALES - Estructura y Tarifa - Difusión. - Audiencia. - Coste por Mil Impactos. - Ubicaciones. - RADIO - Estructura y Tarifa. - Difusión. - Audiencia. - Formatos. - Realización. - TELEVISIÓN - Estructura y Tarifa. - Difusión. - Audiencia. - ¿Cómo se mide la eficacia de la presencia en TV? (G.R.P.'s, OTS, Share, Rating). - Proceso de realización de un spot. - PUBLICIDAD EXTERIOR - Estructura y Tarifa. - Tipos de Publicidad Exterior. - Difusión. - Audiencia. - Ubicaciones. - CINE - Estructura y Tarifa. - Difusión. - Audiencia. - INTERNET - Formatos. - SEM. - SEO.
4. Los Medios No Convencionales.	- Marketing Directo. - Telemarketing. - Displays. - Publicidad en el punto de venta.
5. Nuevos Medios Digitales.	- Conceptos y terminología. - Tipos de Medios.
6. Planificación y Compra de Medios	- El Briefing. - Factores Claves del Briefing. - Sistemática del Plan de Medios. - Pasos para la elaboración del Plan de Medios.
7. Creación de la Campaña	- La Creatividad Publicitaria. - Estrategia Creativa. - Técnicas Creativas. - Géneros y Estilos Publicitarios.
8. La Estrategia de Comunicación	- Tipos de Estrategias de Comunicación.
9. La Agencia de Publicidad	- Tiplogía de las Agencias. - Organigrama de la Agencia. - Remuneración de la Agencia. - Selección de Agencia de publicidad.
10. Investigación Publicitaria	- Elementos de la investigación publicitaria. - Estudios Previos: Pretest publicitario. - Estudios Posteriores: Postest publicitario.
11. Cómo calcular el Presupuesto de Publicidad	- Métodos para calcular el presupuesto. - Su distribución en el tiempo.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Debates	5	5	10

Estudio de casos/análisis de situaciones	13	25	38
Salidas de estudio/prácticas de campo	1	1	2
Sesión magistral	30	30	60
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	10	10	20
Trabajos y proyectos	10	10	20

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

Metodologías

	Descripción
Debates	A partir de situaciones reales y cotidianas los alumnos plantearán soluciones basadas en los conocimientos adquiridos en clase.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se estudiarán modelos de planificación publicitaria que deberán ser comentados por los alumnos en clase.
Salidas de estudio/prácticas de campo	Los alumnos visitarán al menos una Agencia de Publicidad y un departamento de publicidad de empresa.
Sesión magistral	Se planteará por parte del profesor todos los conocimientos para el buen aprovechamiento de la asignatura.

Atención personalizada

Metodologías	**Descripción**
Estudio de casos/análisis de situaciones	Seguimiento individualizado del aprendizaje de cada uno de los alumnos.
Debates	Seguimiento individualizado del aprendizaje de cada uno de los alumnos.
Sesión magistral	Seguimiento individualizado del aprendizaje de cada uno de los alumnos.
Salidas de estudio/prácticas de campo	Seguimiento individualizado del aprendizaje de cada uno de los alumnos.
Pruebas	**Descripción**
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Seguimiento individualizado del aprendizaje de cada uno de los alumnos.
Trabajos y proyectos	Seguimiento individualizado del aprendizaje de cada uno de los alumnos.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Debates	Para su discusión y aprendizaje en clase.	10
Estudio de casos/análisis de situaciones	Los alumnos se enfrentarán en grupos a los diferentes casos prácticos planteados en clase.	15
Sesión magistral	Examen final.	50
Trabajos y proyectos	Los alumnos presentarán, de forma individual o en grupo, las conclusiones a las que hayan llegado tras la realización de los trabajos planteados por el profesor.	25

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las clases es un componente esencial de la evaluación y, por lo tanto, es obligatoria. Todas las faltas serán tenidas en cuenta, aunque éstas hayan sido justificadas.

Las penalizaciones serán de aplicación en cada asignatura, en función de los siguientes baremos:

· La no asistencia a más del 10% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de un tercio en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 20% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de dos tercios en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 30% de las horas lectivas, se penalizará con un cero en la evaluación continua de la asignatura.

La nota obtenida en la evaluación continua (50% de la nota final) se mantendrá en todas las convocatorias del año académico 2013/2014.

La corrección de los exámenes finales será ciega.

Fuentes de información

Ma Angeles González Lobo y Enrique Carrero López, **Manual de Planificación de mediois**, ESIC,

Mariola García Uceda, **Las Claves de la publicidad**, ESIC,

Angel Luis Cervera Fantoni, **Comunicación Total**, ESIC,
Mª Ángeles González Lobo y Mª Dolores Prieto del Pino, **Manual de Publicidad**, ESIC,
Carlos Navarro Gutiérrez, **Creatividad publicitaria eficaz**, ESIC,
Enrique Ortega, **La Comunicación Publicitaria**, ESIC,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Dirección comercial I/V55G020V01403
Dirección comercial II/V55G020V01502
Marketing internacional/V55G020V01943
Marketing digital y relacional/V55G020V01945

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Marketing digital y relacional				
Asignatura	Marketing digital y relacional			
Código	V55G020V01945			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Departamento de la Escola de Negocios Caixanova (Vigo)			
Coordinador/a	Gómez Vieites, Álvaro Manuel			
Profesorado	Gómez Vieites, Álvaro Manuel			
Correo-e	agomez@escueladenegociosncg.edu			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación	
Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las interrelaciones existentes entre los distintos subsistemas que conforman el sistema empresarial
A5	Poseer y comprender conocimientos acerca de: La relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial
A6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
A7	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial
A8	Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio
A13	Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B3	Habilidades relacionadas con el uso de aplicaciones informáticas utilizadas en la gestión empresarial
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B6	Habilidades de comunicación a través de Internet y, manejo de herramientas multimedia para la comunicación a distancia
B11	Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B14	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado
B15	Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Lograr el manejo por parte del alumnado de los conocimientos, procesos y técnicas propias del marketing digital y relacional	A1 A5 A6 A7 A8	B1 B2 B3 B11 B13 B14 B15
Fomentar en el alumnado las habilidades de búsqueda y análisis de información sobre las nuevas tecnologías y su aplicación en el área de marketing	A5 A6 A8 A13	B1 B2 B3 B5 B6 B13 B14 B15

Tomar decisiones a la hora de diseñar y ejecutar distintas acciones y planes relacionados con el marketing digital y relacional y el comercio electrónico	A1 A5 A6 A7 A8	B1 B2 B3 B5 B6 B11 B14 B15

Contenidos	
Tema	

MÓDULO 1: FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL Y RELACIONAL	TEMA 1. Las TIC y los cambios tecnológicos y sociales
	  La generalización del acceso a Internet
	  El impacto de los dispositivos móviles (smartphones, tablets)
	  El concepto de revolución SoLoMo (Social, Local and Mobile).
	  El nuevo papel activo de los usuarios y consumidores
	
	TEMA 2. Características principales del Marketing Digital y Relacional
	  El auge del Marketing basado en medios digitales.
	  Características del Marketing Digital y Relacional.

MÓDULO 2: WEBMARKETING	TEMA 3. Diseño y construcción de un Website
	  Pasos a seguir en el diseño y construcción de un Website.
	  Usabilidad.
	  Provisión del servicio: hosting, housing, cloud computing.
	
	TEMA 4. Promoción y comunicación en buscadores
	  Las claves del SEO: Search Engine Optimization.
	  Campañas de publicidad basadas en SEM: Search Engine Marketing.
	  Desarrollo de split tests y control de las campañas publicitarias.
	  Análisis del ROI y de otros indicadores de los resultados obtenidos.
	
	TEMA 5. Publicidad en Internet mediante banners y otros formatos digitales
	  Características de los banners y de otros formatos de anuncios digitales.
	  Diseño, ejecución y control de una campaña publicitaria.
	  El servicio AdSense de Google.
	  Las técnicas de re-targeting o re-marketing.
	
	TEMA 6. Analítica Web
	  Principales indicadores para el análisis del tráfico y de los resultados de un Website.
	  Herramientas de monitorización y análisis de resultados.

MODULO 3: E-MAIL Y MOBILE MARKETING	TEMA 7. E-MAIL MARKETING
	  Diseño de una campaña de e-mail marketing.
	  El problema del spam.
	  Límites legales al uso del e-mail marketing.
	
	TEMA 8. MOBILE MARKETING
	  Campañas de marketing para dispositivos móviles.
	  Geolocalización de los usuarios y cupones digitales.

MÓDULO 4: LA COMUNICACIÓN EN LAS REDES SOCIALES	TEMA 9. Características de la comunicación en las redes sociales
	  Historia y evolución de las redes sociales.
	  Las redes sociales como nuevo canal de comunicación.
	  Del marketing de la interrupción al marketing de la atracción.
	  El concepto de user-engagement.
	  El papel de los social media managers y de los community managers.
	
	TEMA 10. Utilización de Facebook como nuevo canal de comunicación
	  Creación y explotación de una fanpage empresarial.
	  Campañas de publicidades en Facebook.
	  Monitorización y análisis de los resultados.
	  Comercio social.
	
	TEMA 11. Utilización de Twitter como nuevo canal de comunicación
	  Creación y explotación de cuentas profesionales en Twitter.
	  Twitter como canal para responder a críticas, quejas y sugerencias de los clientes.
	  Estudios de mercado realizados en Twitter.
	
	TEMA 12. LinkedIn y el networking profesional
	  Características principales de LinkedIn.
	  Publicidad dirigida a empresas y profesionales.
	
	TEMA 13. Monitorización de la reputación on-line
	  El papel de las redes sociales en la reputación on-line
	  Gestión y resolución de crisis que afecten a la reputación.
	  Medición del nivel de influencia en redes sociales.
	  Herramientas que facilitan la monitorización de la reputación on-line.

MÓDULO 5: CRM Y BUSINESS INTELLIGENCE	TEMA 14. Las herramientas de CRM
	  Características principales de las herramientas de CRM.
	  La evolución hacia el Social CRM.
	
	TEMA 15. Herramientas de Business Intelligence
	  Explotación de datos sobre los clientes.
	  Características de las herramientas de Business Intelligence.
	  La revolución de Big Data.

MÓDULO 6: COMERCIO ELECTRÓNICO	TEMA 16. Introducción al comercio electrónico
	  Características generales del comercio electrónico.
	  Tipos de comercio electrónico.
	  Datos y evolución del comercio electrónico.
	  Impacto del comercio electrónico en los consumidores.
	  Personalización de productos y servicios.
	
	TEMA 17. Las claves para la puesta en marcha de una tienda on-line
	  Arquitectura de una tienda on-line.
	  El soporte tecnológico necesario.
	  Aspectos clave para el éxito de una tienda on-line.
	
	TEMA 18. Medios de pago electrónicos
	  Características de los medios de pago utilizados en el comercio electrónico.
	  Medios de pago tradicionales.
	  Medios de pago electrónicos.
	  Medios de pago basados en teléfonos móviles.
	  Sistema de gestión del fraude on-line.
	
	TEMA 19. Logística para el comercio electrónico
	  La importancia de la función logística.
	  Principales procesos dentro de la función logística.
	  La logística inversa.
	
	TEMA 20. Comercio electrónico móvil
	  Desarrollo de apps para smartphones y tabletas electrónicas.
	  Principales plataformas del mercado.
	  La compra de productos y servicios directamente desde el móvil.
	  El showrooming y los cambios de hábitos de los consumidores.
	
	TEMA 21. El marco legal y fiscal del comercio electrónico
	  Marco legal del comercio electrónico.
	  La fiscalidad del comercio electrónico.

MÓDULO 7: LIMITACIONES LEGALES EN EL MARKETING DIGITAL Y RELACIONAL	TEMA 22. Seguridad y privacidad de los usuarios.
	  Principales problemas de seguridad en el Marketing Digital.
	  La problemática de la privacidad de los usuarios.
	
	TEMA 23. El marco legal y la protección de datos personales.
	  La protección de datos de carácter personales.
	  El marco legal de referencia: principales características de la LOPD.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	20	20	40
Sesión magistral	30	20	50
Tutoría en grupo	15	15	30
Pruebas de respuesta corta	2	4	6
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	5	10	15
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	3	6	9

*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	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la materia. El alumnado 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.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesorado de los contenidos sobre la disciplina objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto que tiene que desarrollar el estudiantado. La asistencia a las sesiones magistrales es obligatoria.
Tutoría en grupo	Entrevistas que el estudiantado mantiene con el profesorado para el asesoramiento/desarrollo de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Tutoría en grupo	Entrevistas que el alumnado mantiene con el profesorado de la disciplina para el asesoramiento/aprendizaje de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Pruebas de respuesta corta	Control intermedio de evaluación de conceptos y ejercicios de la materia	20
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Preparación y presentación de un trabajo final realizado en grupo	20
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Examen final de la materia, con ejercicios y preguntas de teoría	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las clases es un componente esencial de la evaluación y, por lo tanto, es obligatoria. Todas las faltas serán tenidas en cuenta, aunque éstas hayan sido justificadas.

Las penalizaciones serán de aplicación en cada asignatura, en función de los siguientes baremos:

· La no asistencia a más del 10% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de un tercio en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 20% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de dos tercios en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 30% de las horas lectivas, se penalizará con un cero en la evaluación continua de la asignatura.

La nota obtenida en la evaluación continua (40% de la nota final) se mantendrá en todas las convocatorias del año académico 2013/2014.

La corrección de los exámenes finales será ciega

.

Fuentes de información

· GÓMEZ VIEITES, A. (2006): Marketing relacional, directo e interactivo. Ra-Ma, Madrid.

· GÓMEZ VIEITES, A.; OTERO BARROS, C. (2011): Redes sociales y su aplicación empresarial. Ra-Ma, Madrid.

· COMM, J. (2010): Twitter Power 2.0: How to Dominate Your Market One Tweet at a Time. John Wiley & Sons, New Jersey.

· EVANS, D. (2008): Social Media Marketing, an hour a day. Sybex, Indianapolis.

· GODIN, S. (1999): Permission Marketing. Simon and Schuster, New York.

· HALLIGAN, B. (2010): Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs. John Wiley & Sons, New Jersey.

· KABANI, S. (2010): The Zen of Social Media Marketing: An Easier Way to Build Credibility, Generate Buzz, and Increase Revenue. Benbella Books, Dallas.

· LEVINE, R.; LOCKE, C.; SEARLS, D.; WEINBERGER, D. (2009): The Cluetrain Manifesto: 10th Anniversary Edition. Basic Books. New York.

· LEWIS, D.; BRIDGER, D. (2000): The Soul of the New Consumer. Nicholas Brealy Publishing, Naperville.

· LI, C.; BERNOFF, J. (2011): Groundswell, Expanded and Revised Edition: Winning in a World Transformed by Social Technologies. Harvard Business Review Press, Boston.

· MAQUIEIRA, J. M.; BRUQUE, S. (2009): Marketing 2.0. El nuevo Marketing en la Web de las redes sociales. Ra-Ma, Madrid.

· NEWELL, F. (2000): Loyalty.com: Customer Relationship Management in the New Era of Internet Marketing. McGraw-Hill, New York.

· PEPPERS, D.; ROGERS, M. (1993): The One-to-One Future: Building Relationships One Customer at a Time. Currency Doubleday, New York.

· QUALMAN, E. (2009): Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business. John Wiley & Sons, New Jersey.

· SAFKO, L. (2010): The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. John Wiley & Sons, New Jersey.

· SCOTT, D. M. (2010): The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly, 2nd Edition. John Wiley & Sons, New Jersey.

· SEYBOLD, P. (2001): The Customer Revolution: How to Thrive When Customers Are in Control. Crown Business, New York.

· SOLIS, B. (2011): Engage, Revised and Updated: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web. John

· TROUT, J; RIVKIN, S. (2000): Differientiate or Die: Survival in our era of killer competition. John Wiley & Sons, New York.

· WEINBERG, T. (2009): The New Community Rules: Marketing on the Social Web. O Reilly Media, Sebastopol, California.

· WOLLAN, R.; SMITH, N.; ZHOU, C. (2011): The Social Media Management Handbook: Everything You Need To Know To Get Social Media Working In Your Business. John Wiley & Sons, New Jersey.

· ZARRELLA, D. (2010): The Social Media Marketing Book. O Reilly Media, Sebastopol, California.

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Dirección comercial I/V55G020V01403
Dirección comercial II/V55G020V01502

Otros comentarios

La asistencia a las sesiones magistrales es obligatoria y se tendrá en cuenta en la evaluación continua.
La corrección de los exámenes finales será ciega.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Informática avanzada para el reporting y control financiero				
Asignatura	Informática avanzada para el reporting y control financiero			
Código	V55G020V01946			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Departamento de la Escola de Negocios Caixanova (Vigo)			
Coordinador/a	Vázquez Fernández, José			
Profesorado	Vázquez Fernández, José			
Correo-e	jvazquez@escueladenegociosncg.ed			
Web				
Descripción general	Se pretende que los alumnos profundicen en los sistemas de Información aplicados a la gestión empresarial. A lo largo de la asignatura los alumnos estudiarán la organización y explotación de datos mediante el diseño y construcción de consultas en bases de datos relacionales, que permitan analizar la información almacenada de acuerdo a distintos criterios de agrupación y segmentación. A su vez, se utilizará una hoja de cálculo para realizar el análisis de los datos mediante tablas dinámicas y otras herramientas avanzadas. Todo esto se complementará además con la práctica de la gestión y edición avanzada de documentos, y con la revisión de las herramientas y principales funciones incorporadas a un programa de presentaciones.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las interrelaciones existentes entre los distintos subsistemas que conforman el sistema empresarial
A3	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los aspectos internos, funciones y procesos de las organizaciones incluyendo su naturaleza, estructura, gobierno, operativa y dirección
A5	Poseer y comprender conocimientos acerca de: La relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial
A6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
A7	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial
A9	Identificar la generalidad de los problemas económicos que se plantean en las empresas, y saber utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución
A10	Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa
A15	Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
A16	Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B3	Habilidades relacionadas con el uso de aplicaciones informáticas utilizadas en la gestión empresarial
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B6	Habilidades de comunicación a través de Internet y, manejo de herramientas multimedia para la comunicación a distancia
B10	Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
B11	Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conocer en donde se encuentran los datos de las empresas y como estos están organizados	A1 A7	B1 B3 B13

Identificar las necesidades de información para la toma de decisiones de las diferentes áreas o departamentos de la empresa	A3 A10 A15 A16	B1 B3
Obtener los datos necesarios, a partir de sus orígenes, para satisfacer las necesidades de información detectadas	A1 A16	B1 B3 B13
Organizar la información previamente obtenida de tal forma que sea accesible para quien la vaya a utilizar	A1 A3 A5 A6 A7 A9	B1 B3 B5 B6
Crear informes y cuadros de mando dinámicos con información relevante para la toma de decisiones	A15 A16	B1 B3 B4 B5 B6 B10 B11 B13
Conocer el estado actual del software para la elaboración de indicadores y cuadros de mando de usuario final	A6 A7	

Contenidos

Tema	
1. Uso de tablas dinámicas de la hoja de cálculo como herramienta de Reporting y Business Inteligence	a. Funcionamiento de las tablas dinámicas b. Elaboración de informes y cuadros de mando usando tablas dinámicas
2. Elaboración de informes de seguimiento presupuestario	a. Confección de un presupuesto b. Seguimiento del presupuesto c. Ejemplo global: Presupuesto de una organización de ejemplo y su control
3. Herramientas informáticas de usuario para la implantación de Cuadros de Mando en la empresa	a. Los indicadores clave de gestión b. Indicadores por áreas funcionales y su presentación mediante tablas dinámicas y gráficos dinámicos c. Indicadores de un cuadro de mando integral y su presentación mediante tablas dinámicas y gráficos dinámicos d. Implementación con la hoja de cálculo de los indicadores de un cuadro de mando integral
4. Un paso más en la elaboración de información relevante para la toma de decisiones al alcance del directivo actual: herramientas de autoservicio de Business Intelligence	a. Powerpivot de Microsoft b. Pentaho de Pentaho Corporation c. ClikView de ClikTech

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	30	45	75
Prácticas en aulas de informática	15	30	45
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	2	3	5
Tutoría en grupo	2	4	6
Observacion sistemática	1	0	1
Trabajos y proyectos	2	16	18

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

Metodologías

	Descripción
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
Prácticas en aulas de informática	Actividad en la que se formulan casos prácticos o ejercicios relacionados con la materia. El alumno debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante ejercitación de rutinas, la aplicación de fórmulas o algoritmos, la aplicación de procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de resultados utilizando las herramientas informáticas a su alcance. Se emplea como complemento de la lección magistral.

Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Actividad en la que se formulan casos prácticos o ejercicios relacionados con la materia. El alumno debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante ejercitación de rutinas, la aplicación de fórmulas o algoritmos, la aplicación de procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de resultados. Se emplea como complemento de la lección magistral.
Tutoría en grupo	Entrevistas que el alumno mantiene con el profesorado de la materia para asesoramiento/desarrollo de actividades relacionadas con la materia y del proceso de aprendizaje.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
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

Evaluación

	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Durante el curso el alumno habrá de resolver problemas y ejercicios de forma autonoma a fin de conocer su grado de avance en la materia como instrumento de evaluación continua. Estos ejercicio serán objeto de calificación y configurarán el 30% de la nota	30
Observacion sistemática		10
Trabajos y proyectos		60

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las clases es un componente esencial de la evaluación y, por lo tanto, es obligatoria. Todas las faltas serán tenidas en cuenta, aunque éstas hayan sido justificadas.

Las penalizaciones serán de aplicación en cada asignatura, en función de los siguientes baremos:

· La no asistencia a más del 10% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de un tercio en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 20% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de dos tercios en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 30% de las horas lectivas, se penalizará con un cero en la evaluación continua de la asignatura.

La nota obtenida en la evaluación continua (40% de la nota final) se mantendrá en todas las convocatorias del año académico 2013/2014.

La corrección de los exámenes finales será ciega.

Fuentes de información

Luis Muñiz González, **Tablas dinámicas con Excel aplicadas a la mejora de la gestión empresarial**, 2013,

Luis Muñiz González, **Powerpivot con excel a sua alcance para convertir sus datos en información eficaz**, 2013,

Josep Curto y Jordi Conesa Caralt, **Introducción al Business Intelligence**, 2010,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Sistemas de información y TICs/V55G020V01935

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Contabilidad y control de gestión/V55G020V01947

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Análisis contable y auditoría				
Asignatura	Análisis contable y auditoría			
Código	V55G020V01948			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Dpto. Externo			
Coordinador/a	Maldonado Fernández, Héctor José			
Profesorado	Maldonado Fernández, Héctor José			
Correo-e	hmaldonado@escueladenegociosncg.			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación	
Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las interrelaciones existentes entre los distintos subsistemas que conforman el sistema empresarial
A4	Poseer y comprender conocimientos acerca de: El marco económico que regula las actividades empresariales, y la correspondiente normativa
A8	Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio
A9	Identificar la generalidad de los problemas económicos que se plantean en las empresas, y saber utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución
A10	Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa
A12	Solucionar de manera efectiva problemas y tomar decisiones utilizando métodos cuantitativos y cualitativos apropiados, incluyendo entre ellos la identificación, formulación y solución de los problemas empresariales
A15	Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
A16	Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B12	Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
B18	Compromiso ético en el trabajo

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Capacidad para interpretar y aplicar la normativa contable	A1	B1
Comprensión de la información financiera	A1 A8 A10	
Reforzar y ampliar los conocimientos para la preparación de las cuentas anuales de una empresa		B1 B5
Adquirir los conocimientos necesarios para la preparación o interpretación de los informes de auditoría	A4 A8 A10 A15	B1 B2 B18
Conocer, interpretar y aplicar las herramientas de que dispone el auditor para el desarrollo de su trabajo	A8 A9 A12 A15 A16	B1 B2 B9 B12 B18

Contenidos

Tema	
1.La información financiera empresarial	1.1 Elementos principales de la información financiera. 1.2 Marco legal y obligaciones de publicacion de la información financiera. 1.3 Principios y normas de contabilidad generalmente aceptados. 1.4 Normas de elaboración de las cuentas anuales.
2. La Auditoría	2.1 La auditoría de cuentas anuales. 2.2 Legislación sobre auditoría de cuentas anuales. 2.3 Tipos de auditoría y sus objetivos. 2.4 Normas de auditoría. 2.5 Organismos emisores de Normas de auditoría.
3. Normas Técnicas de Auditoría (NTA)	3.1 Normas técnicas de carácter general. 3.2 Normas técnicas sobre ejecución del trabajo. 3.2 Normas técnicas sobre informes e información comparativa. 3.3 Norma técnica sobre el principio de empresa en funcionamiento. 3.4 Norma técnica sobre importancia relativa. 3.5 Otras normas técnicas
4. La auditoría por áreas. Riesgos de auditoría y procedimientos de revisión	4.1 Inmovilizado material e inversiones inmobiliarias. 4.2 Inmovilizado intangible. 4.3 Inversiones financieras 4.4 Existencias 4.5 Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar. 4.6 Efectivo y otros activos líquidos equivalentes. 4.7 Periodificaciones a corto plazo. 4.8 Fondos Propios. 4.9 Subvenciones. 4.10 Subvenciones, donaciones y legados recibidos. 4.11 Provisiones. 4.12 Impuestos. 4.13 Préstamos y acreedores. 4.14 Ingresos y gastos. 4.15 Partes relacionadas 4.16 Hechos posteriores
5. Consolidación de estados financieros	5.1 Los Grupos de sociedades. 5.2 Métodos de consolidación. 5.3 Cuentas anuales consolidadas
6. El informe de auditoría	6.1 Elementos básicos del informe 6.2 Circunstancias con posible efecto en la opinión. 6.3 La opinión del auditor

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	30	30	60
Trabajos de aula	10	10	20
Resolución de problemas y/o ejercicios	10	10	20
Pruebas de tipo test	3	0	3
Observacion sistemática	2	0	2
Informes/memorias de prácticas	0	20	20
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	5	20	25

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo
Trabajos de aula	El alumno desarrollará supuestos, generalmente, en Grupo que serán objeto de presentación y debate.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Actividad en la que se formulan problemas y / o ejercicios relacionados con la materia. La resolución de los problemas / ejercicios se desarrollará de forma autónoma

Atención personalizada

Metodologías	**Descripción**
Trabajos de aula	Seguimiento individualizado del aprendizaje de cada uno de los alumnos.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Seguimiento individualizado del aprendizaje de cada uno de los alumnos.
Pruebas	**Descripción**

Informes/memorias de prácticas	Seguimiento individualizado del aprendizaje de cada uno de los alumnos.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Trabajos de aula	Desarrollo de trabajos y argumentacion de las conclusiones alcanzadas	20
Resolución de problemas y/o ejercicios	Realización de pruebas escritas a lo largo del curso.	10
Pruebas de tipo test	Realización de pruebas tipo test para evaluar el progreso individual del alumno.	10
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Realización de un examen a la finalización del curso.	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las clases es un componente esencial de la evaluación y, por lo tanto, es obligatoria. Todas las faltas serán tenidas en cuenta, aunque éstas hayan sido justificadas.

Las penalizaciones serán de aplicación en cada asignatura, en función de los siguientes baremos:

· La no asistencia a más del 10% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de un tercio en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 20% de las horas lectivas, se penalizará con una reducción de dos tercios en la evaluación continua de la asignatura.

· La no asistencia a más del 30% de las horas lectivas, se penalizará con un cero en la evaluación continua de la asignatura.

La nota obtenida en la evaluación continua (40% de la nota final) se mantendrá en todas las convocatorias del año académico 2013/2014.

La corrección de los exámenes finales será ciega.

Fuentes de información

REAL DECRETO 1514/2007, de 16 de noviembre,por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad,

Real Decreto 1159/2010, de 17 de septiembre, por el que se aprueban las Normas para la Formulación de Cuentas Anuales Consolidadas,

Texto refundido de la Ley de Auditoría de Cuentas, aprobado por el RDL 1/2011, de 1 de julio,

Real Decreto 1517/2011, de 31 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento que desarrolla el texto refundido de la Ley de Auditoría de Cuentas, aprobado por el RDL 2/2011, de 1 de julio.,

ICAC, **Normas Tecnicas de Auditoría**,

ICJCE, **Curso de auditoría aplicada**,

REA, **Manual de Auditoría**,

KPMG, **Plan General de Contabilidad. Comentarios y desarrollos prácticos**, 2012-2013,

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Trabajo de Fin de Grado				
Asignatura	Trabajo de Fin de Grado			
Código	V55G020V01991			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	12	OB	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Departamento de la Escola de Negocios Caixanova (Vigo)			
Coordinador/a	Conde Borrajo, Ana			
Profesorado	Conde Borrajo, Ana			
Correo-e	aconde@escueladenegociosncg.edu			
Web				
Descripción general	El Trabajo Fin de Grado está orientado para que el alumno pueda demostrar su capacidad de integración de los diversos contenidos formativos recibidos y la adquisición de las competencias vinculadas a la titulación.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las interrelaciones existentes entre los distintos subsistemas que conforman el sistema empresarial
A2	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las instituciones económicas como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales acerca de cómo funciona la economía
A3	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los aspectos internos, funciones y procesos de las organizaciones incluyendo su naturaleza, estructura, gobierno, operativa y dirección
A4	Poseer y comprender conocimientos acerca de: El marco económico que regula las actividades empresariales, y la correspondiente normativa
A5	Poseer y comprender conocimientos acerca de: La relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial
A6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
A7	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial
A8	Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio
A9	Identificar la generalidad de los problemas económicos que se plantean en las empresas, y saber utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución
A10	Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa
A11	Tomar decisiones estratégicas utilizando diferentes tipos de modelos empresariales
A12	Solucionar de manera efectiva problemas y tomar decisiones utilizando métodos cuantitativos y cualitativos apropiados, incluyendo entre ellos la identificación, formulación y solución de los problemas empresariales
A13	Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes
A14	Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones
A15	Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
A16	Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B3	Habilidades relacionadas con el uso de aplicaciones informáticas utilizadas en la gestión empresarial
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B6	Habilidades de comunicación a través de Internet y, manejo de herramientas multimedia para la comunicación a distancia
B7	Leer y comunicarse en inglés como lengua extranjera
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B10	Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
B11	Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa
B12	Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B14	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado
B15	Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B16	Capacidad de liderazgo, incluyendo empatía con el resto de personas
B17	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
B18	Compromiso ético en el trabajo
B19	Motivación por la calidad y la mejora continua

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Integrar los conocimientos adquiridos por el alumno en las distintas áreas que configuran el grado.	A1 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 A9 A10 A11 A12 A13 A14 A15 A16	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B10 B11 B12 B13 B14 B15 B16 B17 B18 B19
Capacitar al alumno para que sea capaz de entender y aplicar adecuadamente la metodología de análisis y diseño de una estrategia	A1 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 A9 A10 A11 A12 A13 A14 A15 A16	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13 B14 B15 B16 B17 B18 B19
Capacitar al alumno para la búsqueda, gestión, organización e interpretación de datos relacionados con temas específicos de la titulación.	A1 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A10 A15 A16	B1 B2 B3 B12 B15 B17 B18 B19

Contenidos

Tema
Trabajo Fin de Grado

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Proyectos	1	299	300

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

Metodologías

	Descripción
Proyectos	Trabajo autónomo por parte del alumno, tutorizado por un profesor, para realizar un proyecto de Trabajo Fin de Grado.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Proyectos	Atención personalizada por parte del tutor asignado a cada alumno.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Proyectos	Presentación de un trabajo escrito, así como la defensa pública del Trabajo Fin de Grado ante un Tribunal Evaluador.	100

Otros comentarios sobre la Evaluación

El Trabajo Fin de Grado tiene que ser elaborado de forma individual y autónoma por cada estudiante, bajo la orientación de un tutor académico.

El TFG se materializará con la elaboración de una memoria individual que será evaluada previa exposición pública y defensa oral frente a un tribunal.

No se aceptará, en ningún caso, la presentación de un TFG que contenga parte de un trabajo que haya sido realizado previamente para otra materia de la titulación.

Cada Trabajo Fin de Grado finalizará con la presentación y defensa por parte de su autor, de forma individual, ante un Tribunal que lo evaluará y lo calificará. En primer lugar el alumno tendrá que entregar la Memoria del TFG y después realizará la presentación oral de la misma durante 15 minutos y tendrá que defenderla ante los miembros del Tribunal que podrán preguntar o discutir con el alumno aquellos aspectos que consideren necesarios.

Fuentes de información

La propia de la temática elegida por el alumno.

Recomendaciones

Otros comentarios

Los alumnos que quieran matricularse en la materia Trabajo Fin de Grado deberán estar matriculados, como requisito imprescindible, de todas las materias que le queden para finalizar el plan de estudios.

La materia Trabajo Fin de Grado será la última materia en ser evaluada.

Es imprescindible la lectura de la Normativa de la Escuela de Negocios Novacaixagalicia para la Realización del Trabajo Fin de Grado.