E. U. de Estudios Empresariales

GUÍA DOCENTE

CURSO 2017/18

GUÍA DOCENTE

GUÍA DOCENTE DE LAS TITULACIONES: GRADO EN COMERCIO, MÁSTER EN COMERCIO INTERNACIONAL, MÁSTER EN DIRECCIÓN DE PYMES.

UBICACIÓN

DIRECCIÓN: CALLE TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

PARA VER LA SITUACIÓN EN El MAPA PULSE EN El SIGUIENTE ENLACE O BIEN USE STREETVIEW. PARA ACCESO POR BUS URBANO: VITRASA

FOTOS DEL EDIFICIO CENTRAL DE La E.U.E.E Y DE La AMPLIACIÓN (EDIFICIO ANEXO A La EEI.)

COMO LLEGAR A LA ESCUELA DE EMPRESARIALES

INSTALACIONES Y SERVICIOS

EQUIPO DIRECCIÓN

DIRECTORA

D.ª CONSUELO CURRAS VALLE

SECRETARIA

D.ª MARÍA JESÚS BARSANTI VIGO

SUBDIRECTORA DE RELACIONES EXTERNAS Y ALUMNADO

D.ª Mª DEL MAR RIVEIRO PÉREZ

SUBDIRECTORA DE INTERCAMBIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES

D.ªARACELI GONZÁLEZ CRESPÁN

SUBDIRECTOR DE ORGANIZACIÓN ACADÉMICA

D. EMILIO GARCÍA ROSELLÓ

CALENDARIO ESCOLAR 2017-2018

CALENDARIO ACADÉMICO DEL CURSO 2017-2018 DE LA UNIVERSIDAD DE VIGO

El Calendario del Curso Académico del Grado en Comercio impartido por la EUEE se puede consultar en su página web: http://grado-comercio.uvigo.es/es

Grado en Comercio

Asignaturas

Curso 4

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
V06G270V01701	Sistemas de la información integrados para la gestión	1c	6
V06G270V01702	Creación de empresas comerciales	1c	6
V06G270V01703	Combinaciones de negocios	1c	6
V06G270V01704	Gestión de riesgos financieros y comerciales	1c	6
V06G270V01705	Habilidades personales, directivas y comerciales	1c	6
V06G270V01706	Instituciones de la seguridad social	1c	6
V06G270V01707	Investigación operativa en la empresa comercial	1c	6
V06G270V01708	Técnicas de investigación social	1c	6
V06G270V01801	Prácticas externas	2c	6
V06G270V01802	Investigación de mercados	2c	6
V06G270V01803	Economía internacional	2c	6
V06G270V01804	Contratación mercantil	2c	6
V06G270V01805	Historia económica y del comercio	2c	6
V06G270V01806	Comercio electrónico: Elementos informáticos	2c	6
V06G270V01807	Idioma para la comunicación internacional: Inglés	2c	6
V06G270V01809	Idioma para la comunicación internacional: Alemán	2c	6
V06G270V01991	Trabajo de Fin de Grado	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Sistemas de la información integrados para la gestión				
Asignatura	Sistemas de la información integrados para la gestión			
Código	V06G270V01701			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Profesorado	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	pilar.munoz@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias	
Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C11	CE11. Comprender el concepto de calidad, sus implicaciones en el desarrollo de las tareas y funciones y su influencia en la reputación comercial, así como saber evaluar e implantar sistemas de gestión y normas de calidad.
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.
C20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.

D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D12	CT12. Creatividad.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D16	CT16. Iniciativa.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
- Saber aplicar, utilizando la información proporcionada por el ERP, las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos en el contexto de la economía actual.	B1 B2 B3 B4 B5 B6	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18
- Saber diferenciar entre hechos relevantes, o no relevantes, contablemente y saber elaborar informes a través de un ERP	C4 C6 C11 C19 C20	
-Poder registrar contablemente las principales actividades llevadas a cabo por la empresa (compras, ventas, activos, previsión cobros-pagos..)	C24 C26	

Contenidos

Tema	
1. Introducción a las tecnologías de la información de la empresa.	
2. Planificación de Recursos en la empresa (ERP).	2.1. Evolución de los Sistemas de información para la gestión 2.2. Características generales
3. Gestión proceso compras con ERP	3.1. El pedido compra 3.2. Gestión de cobro de la compra
4. Gestión proceso ventas con ERP	4.1. El pedido venta 4.2. El envío de la venta
5. Gestión del proceso contable en un entorno ERP	5.1. Apertura contabilidad 5.2. Gestión operaciones corrientes 5.3. Preparación cierre 5.4. Elaboración informes

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	16	32	48
Prácticas de laboratorio	4	8	12
Sesión magistral	26	52	78
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	4	6
Pruebas de respuesta corta	2	4	6

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

Metodologías

	Descripción

Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de ejercicios prácticos.
Prácticas de laboratorio	Aplicación informática de los casos prácticos
Sesión magistral	Conceptos teóricos básicos

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	
Resolución de problemas y/o ejercicios	
Prácticas de laboratorio	

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas y/o ejercicios	(*)Prueba final teórico- práctica	60	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C4 C6 C11 C19 C20 C24 C26	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18
Pruebas de respuesta corta	(*)Pruebas teórico- prácticas en las que el alumno tendrá que demostrar sus conocimientos durante el curso	40	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C4 C6 C11 C19 C20 C24 C26	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los criterios de evaluación abarcarán el conocimiento teórico y la competencia práctica sobre los contenidos de la asignatura.

· **Pruebas prácticas, de ejecución de tareas simuladas:**

Realización de un examen final teórico práctico. **60 %**

· **Resolución de problemas y/o ejercicios de respuesta corta:**

Realización de cuestionarios y actividades que sean planteadas durante el periodo de docencia de la materia. **40%**

Los estudiantes que decidan no optar a la evaluación continua, tendrán como calificación final la obtenida en la prueba presencial final.

En cualquier caso, para superar la materia será necesario obtener una calificación mínima del 50% de la nota en el examen final.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Creación de empresas comerciales				
Asignatura	Creación de empresas comerciales			
Código	V06G270V01702			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	González Framil, Juan Francisco			
Profesorado	González Framil, Juan Francisco			
Correo-e	juan.gonzalez@uvigo.es			
Web	http://http://euee.uvigo.es			
Descripción general	En entornos cada vez más globales y competitivos, la figura del emprendedor adquiere un protagonismo capital para el desarrollo económico y social de la sociedad. Con el fin de que el alumno relacione y aplique los conocimientos adquiridos en el Grado el programa tendrá un carácter teórico - práctico, orientado al desarrollo de las actitudes y habilidades de el alumno,basado en el trabajo en equipo. Se formarán equipos de trabajo de 4 o 5 alumnos que desarrollarán un proyecto de creación de empresa. Se trata en definitiva que el alumno sea capaz de transformar ideas en proyectos concretos.			

Competencias	
Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C2	CE2. Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto. Saber vincular el objeto y condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C14	CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D12	CT12. Creatividad.

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.	B1
*Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir *xuizos sobre temas relevantes en el marco del comercio.	B3

Adquirir habilidades de *liderato, trabajo autónomo y en equipa, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desarrollarse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el *entorno.	B5	
Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones *hacia mercados tanto nacionales como internacionales	B6	
Habilidades de comunicación oral Y escritura, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).		D1
Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.		D7
Capacidad para liderar y trabajar en equipo.		D8
Creatividad.		D12
Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y *obxeto. Saber *vencellar el *obxeto y las condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades *dla organización, así como saber *instrumentalos en apoyo de la estrategia empresarial.	C2	
Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y *obxeto. Saber *vencellar el *obxeto y las condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades *dla organización, así como saber *instrumentalos en apoyo de la estrategia empresarial.	C4	
Saber localizar, seleccionar y analizar la información y conocer las variables que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.	C6	
Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.	C14	
Saber *emplegar las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales *dla práctica *profisional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.	C26	

Contenidos

Tema
TEMA 1.- Introducción a la Creación de Empresas.Competencias básicas del emprendedor.
TEMA 2. Creatividad y viabilidad de nuevas ideas.
TEMA 3. Generación de Modelos de Negocio. Método Canvas
TEMA 4.El Plan de Negocio
TEMA 5. Elaboración del Plan de Negocio
TEMA 6. Pasos para constituir la Empresa
TEMA 7. Medidas de Apoyo a la Creación de Empresas y los Emprendedores.Tendencias actuales.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	44	0	44
Trabajos de aula	10	20	30
Trabajos tutelados	20	50	70
Otros	2	0	2
Presentaciones/exposiciones	2	2	4

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición 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.
Trabajos de aula	Exposición por parte del alumnado ante lo docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto...

Trabajos tutelados	Realización de actividades que permiten la cooperación de varias materias y enfrentan a los alumnos, trabajando en equipo, a problemas abiertos. Permiten entrenar, entre otras, las capacidades de aprendizaje en cooperación, de liderazgo, de organización, de comunicación y de fortalecimiento de las relaciones personales.
Otros	Examen tipo test
Presentaciones/exposiciones	Exposición por parte del alumnado ante lo docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto... Se puede llevar a cabo de manera individual o en grupo.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Trabajos de aula		10	B3	D7 D8
Trabajos tutelados	Trabajo Final en Equipo: informe y exposición.	40	C26	D1
Otros	Examen Tipo Test	40	C2	
Presentaciones/exposiciones		10	C26	D1 D7

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se utilizará un sistema de evaluación preferentemente continuo y diversificado, seleccionando las técnicas más adecuadas en cada momento, que permitan poner de manifiesto los diferentes conocimientos y capacidades adquiridos por el alumnado al cursar la asignatura.

Se considera que el alumno sigue la evaluación continua sí asiste al menos al 80% de las actividades presenciales y consigue al menos el 30% de los puntos en el test. Se puede renunciar a la evaluación continua solicitándolo por escrito al profesor de la materia, antes de la 3ª semana de docencia.

No obstante, de forma alternativa, se contempla la realización de una evaluación única final a la que podrán acogerse aquellos alumnos que no puedan cumplir con el método de evaluación continua

En este caso se realizará una prueba escritura que podrá consistir en un examen teórico-práctico que puntuará sobre 10 y que él alumnado preparará en base a la bibliografía recomendada. Se considera aprobada la asignatura sí la calificación es igual o mayor a 5.

En la convocatoria de julio y en las extraordinarias la nota final será la obtenida en el examen oficial que se realizará en la fechas fijadas en el calendario. Se considera aprobada la asignatura sí la calificación es igual o mayor que 5.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Alexander Osterwalder | Yves Pigneur, **Generación de modelos de negocio**, Deusto,

González, F.J., **Creación de empresas:Guia del emprendedor**, Piramide,

Ribeiro,D. y otros, **Creación de empresas y emprendimiento**, Pearson,

Soler,C., Reig,E., **Pequeñas empresas, grandes ideas**, Pearson,

Kawasaki, G. ,, **El arte de empezar**, www.ilustrae,

Hisrich, R.D., Peters, M.P. y Shepherd, D.A., **Entrepreneurship**, McGraw-Hill,

Gil Estallo, A. y Giner de la Fuente, F., **Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Conceptos e instrumentos**, Esic,

López Vidal, M.P., **Creación de empresas. La necesidad del proyecto de empresa**, S.P. Universidad de Vigo,

López Vidal, M.P., Maqueda Lafuente, F.J. y otros, **Manual orientativo de Creación de Empresas para jóvenes emprendedores**, AJE,

Mateo Dueñas, R. y Sagarra Porta, R., **Creación de empresas. Teoría y práctica**, McGraw-Hill,

Miranda Oliván, A.T., **Cómo elaborar el plan de empresa**, Thomson Paraninfo,

Gomez Gras, J.M., **Manual de casos sobre creación de empresas**, McGraw-Hill,

Martinez Garcia, P., **Business Angels**,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Marketing estratégico/V06G270V01403
Idioma para la comunicación internacional: Inglés/V06G270V01807
Investigación de mercados/V06G270V01802
Sistemas de la información integrados para la gestión/V06G270V01701
Trabajo de Fin de Grado/V06G270V01991

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204
Estrategia empresarial y gestión de ayudas/V06G270V01606
Planificación de recursos de información integrados/V06G270V01503
Presentación e interpretación de la información financiera/V06G270V01601
Habilidades personales, directivas y comerciales/V06G270V01705
Idioma para la comunicación internacional: Inglés/V06G270V01807

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Combinaciones de negocios				
Asignatura	Combinaciones de negocios			
Código	V06G270V01703			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Profesorado	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	pilar.munoz@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias	
Código	
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
C10	CE10. Desarrollar los conocimientos necesarios para formular y analizar la información financiera relacionada con las combinaciones de negocios.
C20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

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

-Saber aplicar, utilizando la información proporcionada por el ERP, las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos en el contexto de la economía actual.	B2 B3 B4 B5	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D11 D13 D15 D18
-Saber interpretar y elaborar, a través de un ERP, cálculos de proyectos y producción de la empresa		C10 C20 C24
- Poder elaborar un trabajo utilizando los distisntos módulos del ERP: CRM, producción, compras.. generando un informe que permita una toma de decisión integral		C10 C20 C24

Contenidos
Tema
1. Introducción a la gestión de los negocios
2.Definición y tipología de combinación de negocios de las empresas
3. Combinación de negocios: fusión de sociedades anónimas
4. Combinación de negocios: la escisión en la sociedad anónima
5. Herramientas informáticas para la generación de informes y gestión integral: sistemas integrados

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas de laboratorio	4	8	12
Resolución de problemas y/o ejercicios	16	32	48
Sesión magistral	26	52	78
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	2	4	6
Pruebas de respuesta corta	2	4	6
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

Metodologías	
	Descripción
Prácticas de laboratorio	Aplicación informática de los casos prácticos
Resolución de problemas y/o ejercicios	Planteamiento y cálculo de costes de proyectos de empresas y otras operaciones empresariales
Sesión magistral	Conceptos teóricos básicos

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Sesión magistral	
Prácticas de laboratorio	
Resolución de problemas y/o ejercicios	

Evaluación			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje

Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	(*)Prueba final en la que se evaluará los conocimientos del estudiantado	40	B2 B3 B4 B5	C10 C20 C24	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D11 D13 D15 D18
Pruebas de respuesta corta	(*)Pruebas teórico- prácticas en las que el alumno tendrá que demostrar sus conocimientos durante el curso	60	B2 B3 B4 B5	C10 C20 C24	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D11 D13 D15 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los criterios de evaluación abarcarán el conocimiento teórico y la competencia práctica sobre los contenidos de la asignatura.

·· Resolución de problemas y/o ejercicios de respuesta corta:Realización de cuestionarios y actividades que sean planteadas durante el periodo de docencia de la materia. 60%

- Pruebas prácticas, de ejecución de tareas simuladas: Realización de una prueba final teórico/ práctico. 40 %

Los estudiantes que decidan no optar a la evaluación continua, tendrán como calificación final la obtenida en la prueba presencial final.

En cualquier caso, para superar la materia será necesario obtener una calificación mínima del 50% de la nota en el examen final.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Gestión de riesgos financieros y comerciales				
Asignatura	Gestión de riesgos financieros y comerciales			
Código	V06G270V01704			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Lago Velando, Ángeles			
Profesorado	Lago Velando, Ángeles			
Correo-e	lvelando@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia de Gestión de riesgos comerciales y financieros pretende introducir al alumno en la tipificación y medición de los riesgos comerciales y financieros en la actividad empresarial así como dotarle de las herramientas necesarias para seleccionar las acciones y medidas que pueden ponerse en marcha, con la finalidad de reducir y controlar los riesgos, limitando o eliminando sus efectos.			

Competencias	
Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C16	CE16. Conocer y entender el tratamiento jurídico de los tipos más relevantes de los contratos mercantiles, aprendiendo a interpretarlos y a conocer los principios básicos de su redacción y ejecución a través de las distintas modalidades de cumplimiento y pago, en especial a través de efectos de comercio y adquiriendo competencia para su extensión y comprensión sobre las consecuencias de su utilización.
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.
C21	CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.
C22	CE22. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.

D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D12	CT12. Creatividad.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D16	CT16. Iniciativa.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Conocer y entender jurídica y contractualmente los diferentes instrumentos de cobertura de riesgo.	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C6 C16 C19 C21 C22 C24	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18
Analizar los resultados obtenidos por el sistema de cobertura de riesgos elegido, de modo que puedan extraerse consecuencias y pautas para operaciones futuras.	B1 B2 B3 B4 B5 B6		
Adquirir habilidades de comunicación oral y escrita			D1
Creatividad y pensamiento crítico			D4 D12
Capacidad para trabajar en equipo, apreciando diferentes puntos de vista.			D8 D9 D15

Contenidos

Tema	
Tema 1: El riesgo en la empresa	1.1. Concepto. 1.2. Clasificación de los riesgos empresariales. 1.3. La Gerencia de Riesgos en la empresa. 1.4. Instrumentos de cobertura. 1.5. Cuestionario.
Tema 2: El riesgo comercial	2.1. Concepto. 2.2. Clasificación del riesgo comercial. 2.3. Proceso de gestión del riesgo comercial. 2.4. Instrumentos de cobertura del riesgo comercial. 2.5. Principios fundamentales de la gestión del riesgo comercial. 2.6. El riesgo comercial en la empresa internacional. 2.7. Cuestionario.
Tema 3: El riesgo financiero	3.1. Concepto. 3.2. Tipología. 3.3. La gestión del riesgo de tipo de interés. 3.4. El riesgo de tipo de interés en la empresa internacional. 3.5. La gestión del riesgo de tipo de cambio. 3.6. Cuestionario.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	19	57	76
Resolución de problemas y/o ejercicios	11	33	44
Prácticas de laboratorio	9	9	18
Estudios/actividades previos	0	6	6
Pruebas de respuesta corta	6	0	6

*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 las bases teóricas y/o directrices de la materia para la resolución de casos y ejercicios.
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante la aplicación de fórmulas o procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados
Prácticas de laboratorio	Resolución de problemas con bases de datos en el aula de informática.
Estudios/actividades previos	El alumno debe realizar algún tipo de actividad (lectura de legislación, búsqueda de información, lectura de algún artículo...) que le sugiera el profesor, antes de la explicación en el aula de alguna parte del temario.

Atención personalizada

Metodologías	**Descripción**
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno/a puede acudir a tutorías individuales en el despacho del profesor/a, dentro del horario establecido en el inicio de curso, para resolver las dudas de una forma personalizada.
Prácticas de laboratorio	El alumno/a puede resolver las dudas, de forma personalizada, en el transcurso de las sesiones que se realicen en el aula de informática.
Sesión magistral	El alumno/a puede acudir a tutorías individuales en el despacho del profesor/a, dentro del horario establecido en el inicio de curso, para resolver las dudas de una forma personalizada.
Estudios/actividades previos	El alumno/a puede acudir a tutorías individuales en el despacho del profesor/a, dentro del horario establecido en el inicio de curso, para resolver las dudas de una forma personalizada.
Pruebas	**Descripción**
Pruebas de respuesta corta	El alumno/a puede asistir de forma presencial, a una tutoría grupal en el aula, para resolver las dudas sobre las cuestiones teóricas y prácticas planteadas en este tipo de pruebas.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Sesión magistral	Evaluación continua: Correcta exposición y desarrollo de los conceptos teóricos expuestos en el aula a través de una prueba escrita al final del cuatrimestre.	29	B1 C6 D1 B2 C16 D3 B3 C19 D4 B4 C21 D5 B5 C22 D6 B6 C24 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18
Resolución de problemas y/o ejercicios	Evaluación continua: Correcta aplicación de los conceptos explicados en la resolución de problemas en el aula a través de una prueba escrita al final del cuatrimestre.	30	B1 D4

Prácticas de laboratorio	Evaluación continua: Correcta aplicación de los conceptos aprendidos a través de la resolución de casos o problemas distribuidos en 6 sesiones en el aula de informática.	10	B1		D4
Estudios/actividades previos	Evaluación continua: Correcta exposición y desarrollo de los conceptos aprendidos a través de una prueba escrita al final del cuatrimestre.	1	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C6 C16 C19 C21 C22 C24	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18
Pruebas de respuesta corta	Evaluación continua: Correcta aplicación de los conceptos teóricos y prácticos aprendidos a través de 3 pruebas escritas realizadas al final de la explicación y resolución del cuestionario de cada tema.	30	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C6 C16 C19 C21 C22 C24	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

Evaluación continua:

Cuadro 1. Requisitos para acceder a la evaluación continua	
Concepto	**Requisito**
Asistencia	75% de las actividades presenciales
Examen final escrito realizado en la fecha oficialmente establecida de la convocatoria ordinaria del primer cuatrimestre.	Superar, como mínimo, el 40% de la parte teórica y el 40% de la parte práctica del examen.
No renunciar explícitamente, solicitándolo por escrito al profesor/a de la materia, antes de la 3ª semana de docencia. Además si a lo largo del curso académico el alumno/a acreditase documentalmente **alguna causa sobrevenida** que le impidiese objetivamente seguir la evaluación continua puede renunciar a ella.	

Cuadro 2. Calificación final por evaluación continua (CFEC)		
Concepto	**Valoración**	**Ponderación**
Pruebas escritas realizadas al final de cada tema; cada prueba se valorará sobre 10 puntos.	**P:** Media aritmética simple de las pruebas realizadas.	30%
Sesiones prácticas realizadas en el aula de informática; cada sesión se valorará sobre 10 puntos.	**S:** Media aritmética simple de las sesiones realizadas.	10%

Examen final escrito realizado en la fecha oficialmente establecida. Este examen constará de dos partes: una parte teórica y una parte práctica; cada parte se valorará sobre 5 puntos.	**E:** Suma de la puntuación obtenida en cada parte. (Para acceder a la evaluación continua se exige obtener un mínimo de 2 puntos en cada parte del examen. Ver Cuadro 1.)	60%
La calificación obtenida por el alumno/a en las pruebas y sesiones realizadas se conservará, exclusivamente, en la convocatoria ordinaria del primer cuatrimestre del curso académico en el que se obtiene.		
La calificación final por evaluación continua se obtendrá aplicando la siguiente fórmula: **CFEC =P.0,3 +S.0,1 +E.0,6** ***Para aprobar la asignatura por evaluación continua, el alumno debe obtener una calificación final (CFEC) mínima de 5.***		

El alumno/a que renuncie a la evaluación continua o no pueda acceder a ella por no cumplir los requisitos (Cuadro 1) será evaluado mediante el examen final escrito que se realizará en la fecha oficialmente establecida de la convocatoria ordinaria del primer cuatrimestre. Este examen se valorará sobre 10 puntos: 5 puntos teoría y 5 puntos práctica. Para aprobar la asignatura el alumno/a deberá superar como mínimo el 50% de cada una de las partes.

En la convocatoria de julio y en las convocatorias extraordinarias la nota final de la materia será la nota del examen escrito realizado en la fecha oficialmente establecida. Este examen se valorará sobre 10 puntos: 5 puntos teoría y 5 puntos práctica. Para aprobar la asignatura el alumno/a deberá superar como mínimo el 50% de cada una de las partes.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Juan Mascareñas Pérez-Íñigo, **El riesgo en la empresa. Tipología, análisis y valoración**, Pirámide, 2004

Pere J. Brachfield, **Gestión del crédito y cobro**, Bresca, 2009

Se proporcionarán, vía Faitic, materiales (presentaciones, apuntes, referencias...).,

Bibliografía Complementaria

José Luis Jiménez Caballero, **Dirección financiera de la empresa**, Pirámide, 2009

Juan Mascareñas Pérez-Íñigo, **Finanzas para directivos**, Pearson, 2010

Felipe Nuñez de Dios, **Gestión de riesgos en la empresa internacional**, Global Marketing, 2010

Pere J. Brachfield, **Vender a crédito y cobrar sin impagados**, Bresca, 2015

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102
Estadística: Estadística/V06G270V01205
Decisiones de inversión en el comercio/V06G270V01402

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Habilidades personales, directivas y comerciales				
Asignatura	Habilidades personales, directivas y comerciales			
Código	V06G270V01705			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Lorenzo Paniagua, Javier			
Profesorado	González Framil, Juan Francisco Lorenzo Paniagua, Javier			
Correo-e	paniagua@uvigo.es			
Web	http://www.euee.uvigo.es			
Descripción general	Esta materia trata de formar al alumno en las habilidades personales básicas necesarias en la dirección y gestión de empresas dedicadas a las actividades comerciales.			

Competencias	
Código	
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
C8	CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D12	CT12. Creatividad.
D14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados de aprendizaje				
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.	A4	B4	C8	D7 D9 D18
Conocer los condicionantes técnicos y los procesos sico-sociológicos que acompañan a la toma de decisiones		B5	C8	D6 D11 D18
Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.	A4	B4	C8	D7 D9
Conocer las características y tipos de liderazgo, las claves del trabajo en equipo y aprender a gestionar la presión en el trabajo		B5		D3 D6 D8 D11 D14 D18
Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.				D18

Ser capaz de gestionar el tiempo laboral y personal para aumentar la productividad laboral y preservar el tiempo personal	B4	C8	D1 D3 D6 D8 D11 D12 D14 D18
Conocer las claves que afectan al sentimiento de bienestar laboral y personal	B5	C8	D3 D6 D7 D8 D9 D11 D14 D18

Contenidos	
Tema	
1. El comportamiento de las personas y la cultura empresarial	1.1.- Los resultados laborales 1.2.- Atributos individuales 1.3.- Esfuerzo laboral 1.4.- Apoyo organizacional
2. Gestión del tiempo	2.1. Los limitantes externos e internos para gobernar el tiempo 2.2. Vicios que derrochan el tiempo disponible 2.3.- Los ladrones del tiempo 2.4.- Gestión del tiempo
3. Comunicación	3.1. Barreras de la comunicación 3.2. La comunicación no verbal 3.3. La comunicación en una organización 3.4. Hablar en público
4. Gestión del estrés	4.1. Causas del estrés 4.2. Consecuencias del estrés 4.3. Estrategias para afrontar el estrés
5. Toma de decisiones	5.1.- Cómo tomamos decisiones 5.2.- Las decisiones racionales: fallos y técnicas de análisis, generación y evaluación de alternativas y establecimiento de criterios u objetivos. 5.3.- La participación en la toma de decisiones. 5.4.- Las decisiones no racionales. Los límites de la racionalidad. Las emociones.
6.- Inteligencia emocional	6.1.- Concepto 6.2.- Las competencias emocionales básicas: autoconocimiento, autocontrol y empatía. 6.3.- Aprender a gestionar las emociones 6.4.- Coaching
7.- Negociación	7.1.- Tipos 7.2.- Plan general de una negociación: análisis de la situación, negociación y cierre.
8.- Liderazgo	8.1.- Concepto y tipos de líderes 8.2.- El líder, ¿nace o se hace? 8.3.- Comportamiento del directivo 8.4.- Autoliderazgo
9.- Bienestar personal y laboral	9.1.- Qué es el bienestar 9.2.- Las palancas del bienestar

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	28	30	58
Estudio de casos/análisis de situaciones	20	50	70
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	2	20	22
*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 teóricos básicos para el desarrollo de la materia y su aplicación al análisis de situaciones.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Planteamiento de situaciones relacionadas con la materia teórica con el fin de analizar la forma de actuación ante hechos reales o ficticios que pueden ocurrir en la actividad de la empresa.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Planteamiento de casos, situaciones o problemas relacionados con los contenidos de la asignatura a resolver individualmente o en grupo en presencia del profesor

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	El alumno desarrollará los conocimientos adquiridos en las convocatorias oficiales de examen establecidas por el centro	100	B4 B5	C8	D1 D3 D6 D7 D8 D9 D11 D12 D14 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación se realizará a través de los exámenes oficiales convocados por el centro. Los exámenes propondrán preguntas relacionadas con los contenidos impartidos. Podrán incluir casos y preguntas de respuesta corta. La valoración será de 0 a 10

El profesor podrá proponer ejercicios, casos y trabajos voluntarios para complementar la nota del examen.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Lorenzo Paniagua, J. López Vidal, M.P., Cabanelas Lorenzo, P. y Sánchez Fernández, P., **Recursos humanos y habilidades directivas. Las dos caras de la moneda**, Educatic,

Ariza, Morales y Morales, **Dirección y administración integrada de personas**, McGraw-Hill,

Dolan, Valle Cabrera, Jackson y Schuler, **La gestión de los recursos humanos**, McGraw-Hill,

Recomendaciones

Otros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Instituciones de la seguridad social				
Asignatura	Instituciones de la seguridad social			
Código	V06G270V01706			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Derecho público especial			
Coordinador/a	Movilla García, Matías			
Profesorado	Movilla García, Matías			
Correo-e	movilla@paseodealfonso.com			
Web				
Descripción general	Conocer la regulación esencial de las instituciones de la seguridad social, así como la organzación y funcionamiento de dichas instituciones y el régimen legal de la relación jurídica de seguridad social.			

Competencias	
Código	
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
C12	CE12. Entender la normativa reguladora de las relaciones laborales y de la seguridad social, adquiriendo la capacidad de informar y gestionar en materia de empleo, contratación laboral y riesgos para la salud asociados a las tareas, adquiriendo capacidades y destrezas para la confección de nóminas, cotizaciones sociales y finiquitos.
C17	CE17. Ser capaz de identificar y operar con los sujetos colectivos en el campo de las relaciones laborales, así como con sus instituciones básicas: libertad sindical, negociación colectiva y derecho de huelga.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Resultados de aprendizaje			
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Entender la normativa reguladora de las relaciones laborales y de la seguridad social, adquiriendo la capacidad de informar y gestionar en materia de empleo, contratación laboral y riesgos para la salud asociados a las tareas, adquiriendo capacidades y destrezas para la confección de nóminas, cotizaciones sociales y finiquitos.	B2 B3 B4 B5	C12 C17	D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D13 D15 D17

Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.	B2 B3 B4 B5	C12 C17	D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D13 D15 D17
Capacidad para interactuar con los conocimientos de las prestaciones de seguridad social y las relaciones laborales	B2 B3 B4 B5	C12 C17	D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D13 D15 D17

Contenidos	
Tema	
1. Concepto y fuentes de la Seguridad Social.	1.1. Introducción. 1.2. Evolución de la Seguridad Social en España. 1.3. Fuentes de la Seguridad Social.
2. Campo de aplicación y gestión de la Seguridad Social.	2.1. Ámbito subjetivo del sistema español de Seguridad Social. 2.2. La estructura y composición del sistema de Seguridad Social. 2.3. Entidades gestoras: servicios comunes 2.4 Colaboración en la gestión de la Seguridad Social.
3. Actos de encuadramiento en la Seguridad Social.	3.1. Inscripción de empresas. 3.2. Afiliación. 3.3. Alta. 3.4. Baja.
4. Financiación de la Seguridad Social.	4.1. Sistemas de financiación y recursos financieros. 4.2. Cotización al Régimen General de la Seguridad Social. 4.3. Recaudación de cuotas.
5. Acción protectora de la Seguridad Social.	5.1. Contingencias protegidas. 5.2. Accidente de trabajo. 5.3. Enfermedad profesional. 5.4. Contingencias comunes.
6. Incapacidad temporal, maternidad, paternidad y riesgo durante el embarazo y la lactancia.	6.1. La incapacidad temporal: concepto y contenido. 6.2. Protección por maternidad: concepto y contenido. 6.3. Protección por riesgo durante el embarazo y la lactancia: concepto y contenido. 6.4. Las prestaciones por paternidad.
7. Incapacidad permanente.	7.1. Incapacidad permanente: concepto y contenido. 7.2. Modalidad contributiva. 7.3. Modalidad no contributiva.
8. Jubilación.	8.1. La protección de la vejez: concepto y contenido. 8.2. Modalidad contributiva. 8.3. Modalidad no contributiva.
9. Protección de la familia: muerte y supervivencia y prestaciones familiares.	9.1. La protección a la familia en el sistema de Seguridad Social. 9.2. La protección por muerte y supervivencia. 9.3. La pensión de viudedad. 9.4. Pensión de orfandad. 9.5. Prestaciones a favor de familiares.
10. La proteccion por desempleo.	10.1. Concepto y clases de desempleo. 10.2. Nivel contributivo. 10.3. Nivel asistencial. 10.4. Renta activa de inserción y otras ayudas adicionales.
11. La protección social de los Autonómos	11.1 la LETA y el RETA 11.2 Los regímenes especiales de la SS, trabajadores del Mar y trabajadores Agrarios. 11.3 Especialidades en las prestaciones del RETA 11.4 La prestación por cese de actividad.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	4	10	14
Sesión magistral	27	40	67
Otros	1	0	1
Estudio de casos/análisis de situaciones	18	48	66
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	2	0	2

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se atenderá al alumno personalmente en horas de tutoría previa cita al correo del profesor movilla@paseodealfonso.com en relación con los contenidos de la materia y el desenvolvimiento de los ejercicios y caso prácticos propuestos.
Seminarios	Se atenderá personalmente al/la alumno/a para el desarrollo del trabajo de seminario propuesto y su exposición publica.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Seminarios	Los alumnos deberán presentar un trabajo por escrito propuesto por el profesor y defenderlo mediante su exposición oral. Se valorará en la presentación escrita su estructura y y la calidad de su contenido. En la presentación oral se valorará la claridad y capacidad de sintesis del alumno.	10	C12	D7
Otros	Por la asistencia y seguimiento de las clases se puntuara en evaluación continua hasta un máximo del 15% de la nota	15		D5 D6 D7 D8
Estudio de casos/análisis de situaciones	En las prácticas se realizarán dos pruebas tipo test, en las fechas que el profesor señale, sobre los contenidos teóricos de la materia. Por cada prueba se podrá obtener una nota máxima de 1 punto (por tanto por la realización de ambas pruebas, podrán obtenerse hasta 2 puntos de la calificación final). También, en estas prácticas se desarrollarán los casos prácticos que plantee el profesor para su resolución por el alumno, bien de forma autónoma o bien de forma guiada. Por la buena resolución y por las buenas intervenciones que se produzcan en este apartado, podrá obtenerse un máximo de 1 punto.	20	B2 B3 B5	D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9

Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Consistirá en una prueba final de contenido teórico que supondrá el 30% de la nota y una prueba practica que supondrá el 25%. Para sumar la evaluación continua hay que obtener al menos un 4	55	B2 B3 B4 B5	C12 C17	D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D13 D15 D17

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Los alumnos que no entren en el sistema de "evaluación continua más examen final" que figura en esta guía, serán evaluados sobre 10 puntos en un examen teórico-práctico de formato diferente al de los alumnos que sí han seguido la evaluación continua. El teórico puntúa un 65% y el practico un 35%. Se aprueba con un cinco

En la convocatoria FIN DE CARRERA el alumno será evaluado en un único examen escrito, de carácter teórico y práctico (65% y35%) y que representará el 100% de la nota final.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Blasco Lahoz, J.F. y López Gandía, J., **Curso de Seguridad Social**, Última edición,

Rodriguez Ramos, M.J. et alt., **Sistema de Seguridad Social**, Ultima edición,

Vida Soria, J. et alt., **Manual de Seguridad Social**, Última edición,

Cabeza Pereiro, Jaime, **Legislación laboral y de Seguridad Social**, Última edición,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Prácticas externas/V06G270V01801

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Contabilidad de costes/V06G270V01401
Derecho del trabajo/V06G270V01604

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Derecho del trabajo/V06G270V01604
Contratación mercantil/V06G270V01804
Técnicas de investigación social/V06G270V01708

Otros comentarios

Se recomienda a los alumnos la asistencia a las sesiones teóricas y prácticas provistos de los textos legales objeto de estudio y trabajo en el aula.
Es importante que tengáis en cuenta que hay un nuevo texto refundido de la Ley de la Seguridad Social aprobado por el RDL 8/2015

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Investigación operativa en la empresa comercial				
Asignatura	Investigación operativa en la empresa comercial			
Código	V06G270V01707			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Estadística e investigación operativa			
Coordinador/a	Vaamonde Liste, Antonio			
Profesorado	Vaamonde Liste, Antonio			
Correo-e	vaamonde@uvigo.es			
Web				
Descripción general	(*)En la empresa es necesario tomar decisiones. Las técnicas de investigación operativa constituyen un conjunto de herramientas que permiten tomar decisiones óptimas basadas en la información disponible. En esta materia se revisan de forma introductoria los principales métodos de investigación operativa, incluyendo sus principios de funcionamiento, algoritmos, interpretación de los resultados, y aplicación práctica. El enfoque es eminentemente práctico y aplicado, y se pretende que el alumno sea capaz de identificar las situaciones en las que cada técnica es apropiada, y de aplicarla de forma autónoma para la solución de problemas reales.			

Competencias	
Código	
C15	CE15. Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio, así como el diseño y análisis de encuestas mediante muestreo probabilístico para la realización de estudios de mercado.
C21	CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio.	C15 C21
Identificar situaciones en las que es necesario tomar decisiones en entornos complejos y reconocer los modelos aplicables.	C15 C21
Resolver problema prácticos con los distintos métodos de investigación operativa.	C15 C21

Contenidos
Tema
Introducción a las técnicas de investigación operativa aplicables en el ámbito de la empresa comercial. Programación y optimización.
Modelos de distribución y asignación.
Modelos de planificación de actividades: teoría de grafos.
Modelos de negociación: Teoría de juegos.
Modelos de espera: teoría de colas.
Otros modelos de investigación operativa

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	15	45	60
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	5	15	20
Sesión magistral	25	25	50
Pruebas de respuesta corta	3	3	6
Resolución de problemas y/o ejercicios	7	7	14

*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	En cada tema o método estudiado se realizarán ejemplos que el alumno deberá reproducir, y a continuación resolverá otros nuevos empleando la misma metodología.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Al alumno se le facilitará un boletín dej problemas, algunos de ellos con el resultado numérico correcto, para que pueda resolverlos por sí mismo.
Sesión magistral	En las clases teóricas el profesor explicará cada uno de los métodos de Investigación Operativa incluidos en el programa, sus principios de funcionamiento, las condiciones de aplicación, y la interpretación correcta de los resultados obtenidos.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	El alumno podrá resolver sus dudas con el profesor durante las horas de tutoría.

Evaluación			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Resolución de problemas y/o ejercicios	Deberán resolverse problemas de los distintos modelos de investigación operativa de dificultad similar a la de los ejemplos mostrados en las clases teóricas y prácticas.	95	C15 C21
Pruebas de respuesta corta	Podrán realizarse pruebas de respuesta corta, o incluir preguntas de respuesta corta en los exámenes de problemas prácticos.	5	C15 C21

Otros comentarios sobre la Evaluación

En general la evaluación se realizará mediante pruebas consistentes en la resolución de ejercicios a lo largo del curso. El profesor podrá tener en cuenta de forma adicional preguntas o pruebas de respuesta corta, de forma independiente o incorporadas en los enunciados de problemas prácticos.

En la convocatoria extraordinaria el examen será similar a los realizados en el período de evaluación continua.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

W.L.WINSTON, **Investigación de Operaciones**, Ed. Thompson, 2004,

HAMDY A. TAHA, **Investigación de Operaciones**, Ed. Pearson Educación, 2012,

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Técnicas de investigación social				
Asignatura	Técnicas de investigación social			
Código	V06G270V01708			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Sociología, ciencia política y de la administración y filosofía			
Coordinador/a	Varela Caruncho, María Luz			
Profesorado	Varela Caruncho, María Luz			
Correo-e	lvarela@uvigo.es			
Web	http://euee.uvigo.es			
Descripción general	El objetivo fundamental de esta asignatura es que el alumnado conozca las técnicas de investigación social y de evaluación, y sea capaz de aplicarlas para el análisis de la realidad, de las políticas, planes y programas.			

Competencias	
Código	
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C11	CE11. Comprender el concepto de calidad, sus implicaciones en el desarrollo de las tareas y funciones y su influencia en la reputación comercial, así como saber evaluar e implantar sistemas de gestión y normas de calidad.
C25	CE25. Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.

Resultados de aprendizaje			
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Ser capaz de reconocer la complejidad de la realidad social y de plantear una investigación aplicada en los diferentes ambitos de la sociedad.	B3 B5 B6	C6 C11 C25	D4 D5 D6 D15
Ser capaz de elaborar, utilizar e interpretar indicadores sociales e instrumentos de medición de lo social.	B3 B5 B6	C6 C11 C25	D4 D5 D6 D15
Ser capaz de realizar diagnósticos de situación así como evaluaciones de políticas, planes y programas desde la perspectiva de género.	B3 B5	C25	D4 D5 D6 D15

Contenidos
Tema

1. Metodología de las ciencias sociales y técnicas de investigación social.	- Las técnicas de investigación social: aspectos fundamentales - Las técnicas cualitativas en el análisis de la realidad. Principlales técnicas cualitativas. - El proceso de investigación social: La organización de la investigación. Diseño de un proyecto de investigación social
2. Metodología, estrategias y técnicas para el diseño e implementación de proyectos: La perspectiva de género.	- Estrategias y técnicas en el diseño e implementación de proyectos: aspectos fundamentales - La importancia de la evaluación: consideraciones para la toma de decisiones. - Los criterios, tipos y fases de la evaluación. Modelos de evaluación Elaboración de un diseño de evaluación
3. Evaluación de políticas, planes, y programas.	- La evaluación de políticas públicas. - La evaluación de planes, programas y proyectos. - El informe de evaluación. Evaluación de una política, plan, programa o proyecto

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	11	11	22
Trabajos tutelados	20	20	40
Presentaciones/exposiciones	7	7	14
Sesión magistral	28	42	70
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	4	0	4
*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	Se analizaran casos concretos, problemas específicos o situaciones imprevistas con el objetivo de que el alumnado sea capaz de conocer, comprender, interpretar y proponer posibles soluciones o propuestas de mejora.
Trabajos tutelados	Se realizaran tres trabajos tutelados: - un diseño de un proyecto de investigación - un diseño de evaluación - una evaluación aplicada a una política,plan, programa o proyecto. Se facilitarán las pautas para la elaboración de los trabajos en cuanto a objetivos, estructura, contenidos y conclusiones.
Presentaciones/exposiciones	Se expondrán los trabajos realizados. Se facilitarán pautas para su presentación en cuanto a su estructura, metodología, contenidos y conclusiones.
Sesión magistral	Exposición de los contenidos de la asignatura objeto de estudio. Exposición de las bases teóricas y metodológicas fundamentales para la elaboración del trabajo/proyecto.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	En las clases prácticas se realizarán tutorias en grupo
Trabajos tutelados	En las clases prácticas se tutorizarán todos los trabajos

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se valorará el análisis de los casos planteados teniendo en cuenta las reflexiones, las consideraciones específicas, las propuestas realizadas para la intervención así como su pertinencia y coherencia. Se evaluarán los resultados de aprendizaje.	20	B3 C6 D4 B5 C11 D5 B6 C25 D6 D15

Trabajos tutelados	Se valorarán los trabajos realizados teniendo en cuenta los objetivos, la estructura, la metodología, los contenidos, resultados y conclusiones. Se evaluarán los resultados de aprendizaje.	30	B3 B5 B6	C6 C11 C25	D4 D5 D6 D15
Presentaciones/exposiciones	Se valorarán las exposiciones de los trabajos realizados. Se tendrá en cuenta la justificación, la adecuación a los objetivos, los recursos metodológicos, la transferencia del conocimiento así como las explicaciones y justificaciones a las cuestiones que se puedan plantear. Se evaluarán los resultados de aprendizaje.	10	B3 B5 B6	C6 C11 C25	D4 D5 D6 D15
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	El alumnado deberá dar respuesta a la actividad planteada aplicando los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos durante el desarrollo de la asignatura. Se evaluarán los resultados de aprendizaje.	40	B3 B5 B6	C6 C11 C25	D4 D5 D6 D15

Otros comentarios sobre la Evaluación

EVALUACIÓN CONTINUA

El alumnado deberá asistir, al menos, al 80% de las sesiones presenciales de la materia. Esta evaluación continua se realizará tal y como figura en el apartado de Evaluación.

Renuncia a la Evaluación Continua: Se podrá renunciar a la evaluación continua, por causas justificadas, presentando un escrito a la persona responsable de la docencia. Plazo: Tres semanas desde el inicio de la actividad docente.

EXAMÉN FINAL

El alumnado que no se acoja al sistema de evaluación continua será evaluado en un exámen final en las fechas fijadas por el Centro. Este exámen final será una prueba escrita de carácter teórico-práctico en el que se incluirán todos los contenidos de la materia y representará el 100% de la nota final.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Arroyo Méndez, M.; Sádaba Rodríguez, I (coords.), **IMetodología de la investigación social**, Síntesis, 2012

Callejo,J.; Viedma, A, **Proyectos y estrategias de Investigación Social: la perspectiva de la intervención**, Mc Graw Hill, 2005

Cea D'Ancona, A, **Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social**, Síntesis, 1996

Cea D'Ancona, A, **Fundamentos y aplicaciones en metodología cuantitativa**, Síntesis, 2012

Corbetta, P, **Metodología y técnicas de investigación social**, Mc Graw Hill, 2007

Del Val,C.; Gutiérrez, J., **Prácticas para la comprensión de la realidad social**, Mc Graw Hill, 2005

Delgado, J.M.; Gutiérrez, J. (coords.), **Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales**, Síntesis, 1994

García Ferrando,M.; Alvira, F.; Alonso, L.E ; Escobar, M. (comps.), **El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación**, Alianza, 2015

Ruiz Olabuénaga, J.I., **Metodología de la investigación cualitativa**, Universidad de Deusto, 2012

Valles, M., **Técnicas cualitativas de investigación social**, Síntesis, 1997

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Prácticas externas				
Asignatura	Prácticas externas			
Código	V06G270V01801			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Fundamentos del análisis económico e historia e instituciones económicas			
Coordinador/a	Riveiro Pérez, María del Mar			
Profesorado	Riveiro Pérez, María del Mar			
Correo-e	mriveiro@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Esta materia tiene como objetivo aplicar los conocimientos adquiridos en la titulación mediante el desempeño de las tareas asignadas por la empresa durante el período tiempo establecido.			

Competencias	
Código	
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
C14	CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.
C20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
C21	CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.
C23	CE23. Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
C25	CE25. Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.

D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D12	CT12. Creatividad.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
D16	CT16. Iniciativa.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Conseguir habilidad de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B3	C23 C24	D1 D2 D4 D5
Ser capaz de aprender, de realizar trabajo autónomo y de llevar planificación y organización del trabajo.	A3 A5	B1 B2 B5 B5	C1 C2 C4 C14 C19 C20 C21 C23 C24 C25 C26	D3 D6
Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, ser capaz de aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.	A5	B2 B3		D5 D7 D9
Será capaz de para tomar decisiones y resolver problemas, de trabajar e integrarse en grupos multidisciplinares. Será capaz de liderar un equipo	A4	B3 B4 B5	C32 C33 C34 C38	D1 D1 D3 D5 D5 D6 D7 D7 D8 D13 D14
Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.		B1 B5 B6 B14	C7 C12	D9
Será capaz de adaptarse a nuevas situaciones. y de asumir responsabilidades.		B1 B5 B5 B6 B14	C7 C12 C26	D9 D10 D11 D12 D13 D16 D18
Alcanzar compromiso ético en el trabajo	A1 A2 A4	B1 B2 B6 B7 B8 B10 B12	C1 C2 C4 C6 C11 C15 C17 C24	D2 D6 D8 D9 D16 D17 D21

Contenidos

Tema

El contenido de esta materia quedará reflejado en el plan de trabajo establecido por la empresa siempre teniendo en cuenta su adecuación al contenido y habilidades adquiridas durante la titulación | Contabilidad, Fiscal, Marketing y Seguridad Social.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas externas	0	145	145
Informes/memorias de prácticas externas o prácticum	0	5	5

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

Metodologías

	Descripción
Prácticas externas	El alumno realizará prácticas de empresa relacionadas con los contenidos teóricos y prácticos desarrollados en la titulación.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas externas	El tutor en la empresa orientará el trabajo del estudiante y guiará el proceso de aprendizaje. El tutor académico, siempre que lo considere necesario, tendrá reuniones individualizadas con los alumnos/as para llevar el seguimiento de las prácticas que están realizando.
Pruebas	**Descripción**
Informes/memorias de prácticas externas o prácticum	El tutor académico atenderá personalmente al estudiante para ayudarle en la elaboración , si fuera necesario, de la memoria de prácticas.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Prácticas externas	Evaluación del tutor de la empresa del trabajo desarrollado por el estudiante	60	A5	B2 B3 B4 B5	C4 C14 C19 C20 C21 C23 C24 C25 C26	D1 D2 D3 D5 D6 D7 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D16 D18
Informes/memorias de prácticas externas o prácticum	Realización de la memoria de prácticas. Se valorará la estructura, el contenido y la oportación personal del alumno.	40	A5			D1 D2 D3 D5 D12 D16 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

Podrá convalidar las prácticas en empresa el/la estudiante que aporte experiencia laboral relacionada con los estudios del Grado en Comercio , siempre que presente la documentación requerida y teniendo en todo caso que realizar la memoria de su experiencia laboral. También podrán convalidar las prácticas los que hayan realizado prácticas extracurriculares que se adapten a los estudios impartidos en el Grado en Comercio y aporten la documentación requerida a tal fin , debiendo igualmente presentar la memoria sobre las prácticas realizadas y de las que se ha solicitado la convalidación

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Otros comentarios

Se recomienda al alumnado que se lea la normativa de prácticas externas curriculares de la Universidad Vigo, así como la normativa propia de prácticas externas del Grado en Comercio de la Escuela de Empresariales de Vigo.

El alumnado deberá tener en cuenta los plazos y los documentos a cubrir en cada momento para la formalización y evaluación de las prácticas

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Investigación de mercados				
Asignatura	Investigación de mercados			
Código	V06G270V01802			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Correo-e	pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	Asignatura optativa de último curso del grado en comercio. Tiene como principal objetivo ayudar al estudiante a comprender por qué es necesario desarrollar una investigación de mercados en los procesos de toma de decisiones corporativos, en particular en la Dirección de Marketing. Además del por qué analizaremos el cómo ejecutar este tipo de investigación: métodos, fuentes, técnicas de recogida de información, sistemas de análisis e interpretación de datos. El objetivo final es dotar al alumno de los conocimientos y destrezas necesarios para poner en práctica una actividad de esta naturaleza.			

Competencias	
Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C1	CE1. Conocer y comprender los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización.
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C7	CE7. Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.
C11	CE11. Comprender el concepto de calidad, sus implicaciones en el desarrollo de las tareas y funciones y su influencia en la reputación comercial, así como saber evaluar e implantar sistemas de gestión y normas de calidad.
C15	CE15. Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio, así como el diseño y análisis de encuestas mediante muestreo probabilístico para la realización de estudios de mercado.
C25	CE25. Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.

D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D12	CT12. Creatividad.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D16	CT16. Iniciativa.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Desarrollo de habilidades de trabajo en grupo, comunicación y defensa de las propuestas elaboradas en un proyecto de investigación de mercados	B2 B3 B4 B5 B6	D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18
Entender y saber usar los conceptos de investigación de mercados	B1	C1 C7 C11 C15 C25
Resolver problemas complejos a los que se tienen que enfrentar los responsables del área comercial o de márketing de las empresas	B1 B2 B6	C4 C6 C7 C11 C15 C25 C26

Contenidos

Tema	
1. El papel de la investigación de mercados	Concepto. Aplicaciones. Limitaciones. Consideraciones éticas. Tipos de investigación. Etapas. Fuentes de información.
2. Investigación exploratoria. Técnicas cualitativas	Características. Reunión de grupos. Entrevista en profundidad. Técnicas proyectivas. Observación.

3. Investigación causal y descriptiva. Técnicas cuantitativas	Características. Experimentación. Encuestas ad hoc. Encuestas periódicas.
4. Investigación cuantitativa	Medición y propiedades de las escalas. Tipos de escalas: creación y evaluación Diseño del cuestionario Muestreo: conceptos básicos Tipos de análisis de datos
5. Elaboración del informe	Importancia del informe. Estructura del informe. Presentación.
6. Investigación de mercados internacionales	Aspectos diferenciales de la investigación de mercados internacionales Metodología y fuentes de información
7. Las redes sociales y la investigación de mercados	Introducción: las redes sociales más populares Las redes sociales como fuente de información comercial Análisis de resultados en redes sociales: herramientas

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas de laboratorio	17	34	51
Sesión magistral	25	0	25
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	1	15	16
Pruebas de respuesta corta	2	25	27

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

Metodologías

	Descripción
Prácticas de laboratorio	Las sesiones prácticas tendrán lugar, por norma general, en seminarios y, ocasionalmente, en aulas de informática. Cada sesión tiene unos objetivos diferentes que consistirán en la aplicación de conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas relacionadas con la materia objeto de estudio.
Sesión magistral	Lección magistral por por parte del profesor. Como recomendación el estudiante ha de trabajar previamente el material entregado por el profesor, con el fin de seguir las explicaciones y participar activamente en las cuestiones y preguntas planteadas. El material entregado debe ser complementado con anotaciones adicionales derivadas de la explicación o de la bibliografía incluida en las fuentes de información.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Atención a las dudas que puedan surgir durante las sesiones o que habían surgido en anteriores clases.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje

Prácticas de laboratorio	Asistencia, actitud y rendimiento durante las prácticas, reflejado especialmente mediante las entregas de ejercicios.	30		D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Prueba parcial a desarrollar en una sesión magistral a mitad de curso	35		C1 C4 C6 C7 C11 C15 C25 C26
Pruebas de respuesta corta	Prueba escrita e individual a realizar una vez finalizada la docencia. Incluye preguntas abiertas y cortas sobre los conceptos estudiados.	35	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C1 C4 C6 C7 C11 C15 C25 C26

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para superar la materia el alumno deberá conseguir una puntuación mínima de 5 puntos. La puntuación obtenida por la participación y la realización y entrega de todas las tareas establecidas por el profesor se mantiene en la convocatoria de junio y julio del curso académico en vigor pero no se guardará para cursos sucesivos.
Cualquier estudiante que durante el curso participe en el 20% de las pruebas de evaluación del programa no podrá en ningún caso obtener la calificación de no presentado.
Los alumnos que no puedan seguir la evaluación continua serán examinados mediante una prueba escrita que representará como máximo un 60% de la calificación final, y no necesariamente coincidirá con la del resto de los alumnos.
En el caso de el desarrollo del curso no haga factible desarrollar una prueba parcial, dicha prueba estará incluída en el examen final da materia.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Malhotra, N.K., **Investigación de mercados**, 5ª, 2008,

Hair, J.R.; Anderson, R.E.; Tatham, R.L.; Black, W.C.,, **Análisis multivariante**, 5ª, 2007,

Trespalacios Gutiérrez, J.; Vázquez Casielles, R.; Bello Acebrón, L., **Investigación de mercados. Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing**, 3ª, 2005,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Investigación operativa en la empresa comercial/V06G270V01707
Técnicas de investigación social/V06G270V01708

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Economía internacional				
Asignatura	Economía internacional			
Código	V06G270V01803			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía aplicada			
Coordinador/a	Castro Fernández, Ana Esther Teijeira Bautista, José Francisco			
Profesorado	Castro Fernández, Ana Esther Teijeira Bautista, José Francisco			
Correo-e	teixeira@uvigo.es esther@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Economía Internacional es una asignatura que se ofrece en el segundo semestre del cuarto año del Grado de Comercio. Consta de 6 créditos ECTs.			

Competencias	
Código	
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
C1	CE1. Conocer y comprender los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización.
C3	CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Resultados de aprendizaje			
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
El alumno es capaz de conocer la evolución de la economía internacional en las últimas décadas	B3 B4	C1 C3	
El alumno es capaz de analizar nuevos problemas con los instrumentos adquiridos		C3	D3 D4 D5
El alumno es capaz de argumentar de modo coherente e inteligible, tanto de forma oral como escrita. Además, demuestra poseer capacidad de análisis y de síntesis, de prestar atención al detalle y de hacer un buen trabajo.			D3 D4 D13 D17
El alumno es capaz de elaborar informes económicos	B3	C1	D4 D5 D17

Contenidos	
Tema	
Introducción a la economía internacional	(*)Qué é a economía internacional?
Análisis de los ciclos económicos largos	La economía internacional hasta el I Guerra Mundial. La economía internacional en el período de entreguerras. La economía internacional en el período posterior a la II Guerra Mundial. La economía internacional de la Gran Moderación a la Gran Recesión.

Evolución del marco comercial y monetario.	Políticas comerciales. Sistemas cambiarios
La coyuntura económica internacional	Principales macromagnitudes. Decisiones de política económica. Informes de organismos internacionales. Opiniones de expertos.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	20	25	45
Tutoría en grupo	5	10	15
Prácticas de laboratorio	25	60	85
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	5	0	5

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	El profesor introduce al alumnado en los aspectos generales del programa de la asignatura y desarrolla los conceptos de comprensión más compleja. Asimismo porporciona al alumnado los materiales necesarios para sus tareas discentes. Se recomienda al alumnado que, fuera del aula, estudie el material entregado.
Tutoría en grupo	Clases de resolución conjunta de dudas y problemas.
Prácticas de laboratorio	Actividades de aplicación de los conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio. Se desarrollan en espacios especiales con equipamiento especializados (aulas informáticas...)

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	Las clases prácticas y las tutorías en grupo tienen como objetivo ayudar al alumno a consolidar los conocimientos adquiridos en las clases teóricas. Además, permiten a los profesores orientar a los alumnos y resolver las dudas que puedan surgir en el proceso de aprendizaje.
Tutoría en grupo	Las clases prácticas y las tutorías en grupo tienen como objetivo ayudar al alumno a consolidar los conocimientos adquiridos en las clases teóricas. Además, permiten a los profesores orientar a los alumnos y resolver las dudas que puedan surgir en el proceso de aprendizaje.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Prácticas de laboratorio	Realización de trabajos, ejercicios, controles...	40	B3 B4	D3 D4 D5 D13 D17
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Se evaluarán los conocimientos adquiridos a través de las clases teóricas	60	B3 B4	C1 C3

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los alumnos que por razones justificadas no puedan asistir a las clases prácticas, tendrán que demostrar en el examen final que adquirieron las competencias asignadas a esta parte de la docencia.

Las calificaciones obtenidas en las clases prácticas se guardarán para la convocatoria extraordinaria.

Los exámenes se realizarán en las fechas oficiales aprobadas por el Decanato. Pueden consultarse en la página web de la Escuela http://euee.uvigo.es/es

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Castro A.E. y Teixeira J.F., **Luces y sombras de las uniones económicas**, RBA, 2017

Krugman P. y Obstfield, M., **Economía internacional. Teoría y política**, Pearson, 2016

Bibliografía Complementaria

Krugman P., **El retorno de la economía de la depresión y la crisis actual**, Prentice-Hall, 2009

Ochando, C. (coord.), **Objetivos e instrumentos de las políticas económicas coyunturales**, Tirant lo Blanc, 2015

Banco central europeo, **https://www.ecb.europa.eu/ecb/html/index.es.html**,

Fondo Monetario Internacional, **www.fmi.org**,

Organización Mundial de Comercio, **www.wto.org**,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Economía: Economía española y mundial/V06G270V01201
Economía: Macroeconomía/V06G270V01202

Otros comentarios

La asistencia a clase es muy recomendable, salvo causas muy justificadas de fuerza mayor, para la realización en el aula de los trabajos prácticos y para la evaluación continua.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Contratación mercantil				
Asignatura	Contratación mercantil			
Código	V06G270V01804			
Titulacion	Grao en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición				
Departamento	Dereito privado			
Coordinador/a	Costas Martínez, María del Carmen			
Profesorado	Costas Martínez, María del Carmen			
Correo-e	costascarmen@hotmail.com			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	Estudo dos aspectos xurídicos básicos da actividade do empresario no mercado e dos correspondentes instrumentos utilizados para o seu desenvolvemento: os contratos mercantiles. Asimesmo, tamén se analizaran, por unha parte, determinados medios para o desenvolvemento ou execución dos ditos contratos, como os títulos valores, e, por outra, certos bloques normativos que conforman o marco legal condicionante de aqueles, coma os dereitos da propiedade industrial e a regulación da competencia.			

Competencias	
Código	
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuizos sobre temas relevantes no marco do comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridade, concisión e precisión, tanto dentro da organización coma con interlocutores externos en ámbitos nacionais e internacionais.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderato, traballo autónomo e en equipa, motivación, flexibilidade, así coma comportamento responsable e ético para desenvolverse convenientemente con todos os axentes que operan na organización e no entorno.
B6	CG6. Coñecer e comprender distintas realidades económicas, xurídicas, sociais e culturais e adquirir unha visión global e multicultural co fin de orientar as estratexias e operacións hacia mercados tanto nacionais como internacionais
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar e analizar a información e coñecer as variables que interveñen no comercio interior e internacional, co fin de orientar o deseño e implantación da estratexia e a xestión operativa do comercio.
C9	CE9. Coñecer as institucións máis relevantes do Dereito da empresa mercantil, adquirindo capacidade para entender e informar sobre os principais aspectos xurídico-empresariais.
C16	CE16. Coñecer e entender o tratamento xurídico dos tipos máis relevantes dos contratos mercantís, aprendendo a interpretalos e a coñecer os principios básicos da súa redacción e execución a través das distintas modalidades de cumprimento e pago, en especial a través de efectos de comercio e adquirindo competencia para súa extensión e comprensión sobre as consecuencias da súa utilización.
D3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.
D4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.
D5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.
D7	CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.
D8	CT8. Capacidade para liderar e traballar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.
D13	CT13. Capacidade para asumir responsabilidades e involucrarse no traballo.
D15	CT15. Compromiso ético no traballo.
D17	CT17. Atención ao detalle, precisión, motivación pola mellora continua.
D18	CT18. Capacidade reflexiva sobre o propio traballo.

Resultados de aprendizaxe			
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Coñecer as institucións máis relevantes do Dereito da empresa mercantil, adquirindo capacidade para entender e informar sobre os principais aspectos xurídico-empresariais.	B3 B6	C9	D3 D4 D5 D9 D18

Coñecer e entender o tratamento xurídico dos tipos máis relevantes dos contratos mercantís, aprendendo a interpretalos e a coñecer os principios básicos da súa redacción e execución a través das distintas modalidades de cumprimento e pago, en especial a través de efectos de comercio e adquirindo competencia para súa extensión e comprensión sobre as consecuencias da súa utilización.	B3 B4 B5	C6 C16	D3 D6 D7 D8 D9 D13 D15 D17
Habilidades de comunicación oral e escrita.	B4	C9	D4 D7 D8 D15
Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.			D3
Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.			D4
Compromiso ético no traballo.			D15
Capacidade reflexiva sobre o propio traballo.			D18

Contidos	
Tema	
Tema 1. INTRODUCCIÓN Á CONTRATACIÓN MERCANTIL.	1.1. Concepto de obriga. Concepto de contrato mercantil. 1.2. Os contratos sometidos a condicións xerais. Outras formas de contratación. 1.3. Os contratos de comercio exterior.
Tema 2. A COMPRAVENDA MERCANTIL.	2.1. Concepto e réxime xurídico da compravenda mercantil. As obtrigas das partes. A transmisión dos riscos. 2.2. Compravendas empresariais especiais. 2.3. Contratos afíns a compravenda.
Tema 3. A CONTRATACIÓN NOS MERCADOS FINANCEIROS.	3.1. Organización e réxime xurídico da contratación nos mercados financeiros. 3.2. A contratación no mercado primario. 3.3. A contratación no mercado secundario.
Tema 4. OS CONTRATOS DE XESTIÓN, DISTRIBUCIÓN, MEDIACIÓN E CUSTODIA.	4.1. O contrato de comisión e o contrato de axencia. 4.2. Os contratos de distribución. 4.3. Os contratos de mediación ou corretaxe. 4.4. O depósito mercantil.
Tema 5. OS CONTRATOS DE FINANCIAMENTO E GARANTÍA.	5.1. O préstamo mercantil. 5.2. O arrendamiento financeiro. 5.3. O contrato de facturación. 5.4. A conta corrente mercantil. 5.5. O contrato de crédito ao consumo. 5.6. A fianza. 5.7. A prenda e a hipoteca. 5.8. Outras modalidades de garantía.
Tema 6. OS CONTRATOS BANCARIOS.	6.1. As entidades de crédito e os contratos bancarios: réxime xurídico. 6.2. As contas bancarias. 6.3. Operacións activas. 6.4. Operacións pasivas. 6.5. Operacións neutras ou de xestión.
Tema 7. O CONTRATO DE TRANSPORTE.	7.1. A actividade de transporte e o contrato de transporte: réxime xurídico. 7.2. O transporte terrestre de mercadorías. 7.2.1. Réxime xurídico e clases. 7.2.2. Elementos persoais do contrato. 7.2.3. A carta de porte. 7.2.4. As obrigas das partes. 7.2.5. A responsabilidade do porteador. 7.3. O transporte terrestre de persoas. 7.4. Outros contratos de transporte.
Tema 8. O CONTRATO DE SEGURO.	8.1. A actividade aseguradora e o contrato de seguro: réxime xurídico. 8.2. Elementos do contrato de seguro. 8.3. As obrigas das partes. 8.4. O seguro contra danos. 8.5. Os seguros de persoas.

Tema 9. INTRODUCCIÓN AOS TÍTULOS VALORES. A LETRA DE CAMBIO (I).	9.1. Os títulos valores: concepto e réxime xurídico. 9.2 O dereito incorporado ao título. 9.3 Clases de títulso valores. 9.4. A letra de cambio. Concepto e réxime xurídico. 9.5. O libramento. 9.6. A aceptación. 9.7. O protesto. 9.8. O endoso. 9.9. O aval.
Tema 10. A LETRA DE CAMBIO (II). O CHEQUE E O PAGARÉ.	10.1. O cumprimento das obrigas cambiarias. 10.2. O cheque: concepto e réxime xurídico. 10.3. O pagaré: concepto e réxime xurídico.
Tema 11. A PROTECCIÓN XURÍDICA DAS INVENCIÓNS, DO DISEÑO INDUSTRIAL, DOS SIGNOS DISTINTIVOS E DO DEREITO DE AUTOR.	11.1. Réxime legal das creacións de fondo. 11.2. As patentes de invención: concepto, requisitos, dereito á patente, invencións laborais, concesión da patente, efectos da patente, contido do dereito de patente, as licencias. 11.3. Os modelos de utilidade. 11.4. Réxime legal das creacións de forma: o diseño industrial. 11.5. As marcas: concepto, o dereito sobre a marca, clases de marcas, a marca comunitaria. 11.6. O nome comercial. 11.7. O dereito de autor.
Tema 12. O DEREITO DA COMPETENCIA.	12.1. O principio de liberdade de competencia. 12.2. A competencia desleal: concepto e réxime xurídico; as cláusulas especiais; accións e medidas cautelares contra a competencia desleal. 12.3. A publicidade comercial: concepto e réxime xurídico; tipos de publicidade prohibidos. 12.4. A protección da libre competencia: o Dereito de defensa da competencia.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas de laboratorio	22	30	52
Lección maxistral	27	25	52
Probas de resposta curta	1	45	46

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

Metodoloxía docente

	Descripción
Prácticas de laboratorio	Neste tipo de sesións presenciais, proporáse a realización de diversas actividades, fundamentalmente o estudio e análise de casos, siutacións e documentación; resolución de supostos prácticos; e contestación a cuestionarios que tratarán sobre distintos aspectos da materia.
Lección maxistral	A través das sesións maxistrais, o profesor exporá os aspectos mais relevantes dos distintos temas que integran o programa da materia explicitado no apartado "contidos"

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección maxistral	
Prácticas de laboratorio	

Avaliación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje

Prácticas de laboratorio	Nas prácticas de laboratorio presentaránse. para a súa contestación por escrito polo alumno e correspondente avaliación polo profesor, cuestionarios e casos prácticos sobre a materia explicada nas sesións maxistrais. Tamén proporáse para a súa avaliación, a presentación de pequenos traballos ou informes sobre temas previamente indicados polo profesor. A puntuación final obtida por toda-las actividades indicadas será a media que corresponda á cualificación de cada un dos ditos traballos.	40	B3 B4 B5 B6	C6 C9 C16	D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D13 D15 D17 D18
Probas de resposta curta	O exame final consistiría na presentación de varias preguntas sobre a materia explicada nas sesións maxistrais, que deberán ser respondidadas polo alumno de forma acertada e concisa. Para que a nota obtida nas Prácticas de laboratorio faga media e sume á cualificación final, é preciso obter nesta proba final unha nota mínima de 2,5 sobre 6.	60		C9 C16	D3 D4 D15 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para que a nota obtida na avaliación contínua das prácticas sume á cualificación do exame final, deberá obterse neste exame unha cualificación mínima de 2,5 puntos sobre 6.

Enténdese que un estudante sigue a avaliación contínua se asiste a algunha das prácticas.

Para poder optar a superar a materia por avaliación contínua é requisito asistir ó 90% das prácticas.

Na segunda convocatoria conservaráse a cualificación obtida nas prácticas de laboratorio.

Os estudantes que non sigan a avaliación contínua serán evaluados nun exame final que será diferente dos de avaliación contínua e que constará de preguntas teóricas e un caso práctico.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Sánchez Calero, Fernando, **Principios de Derecho Mercantil**, Última edición,

Bercovitz Rodriguez Cano (director), **Contratos mercantiles.**, Última edición,

Cuesta Rute, J.M., **Contratos mercantiles**, Última edición,

AAVV: Memento Práctico Francis Lefebvre, **Memento Práctico Francis Lefebvre: Contratos mercantiles**, Última edición,

Gimeno-Bayon Cobos, R. e outro, **Derecho cambiario**, Última edición,

O'Callaghan Muñoz, X. e outros, **Propiedad Industrial. Teoría y Práctica**, Última edición,

Robles Martín Laborda, A., **Libre competencia y competencia desleal**, Última edición,

Aparicio González, Mª. Luisa, **Código de Comercio y Leyes complementarias**, Última edición,

http://www.westlaw.es, **Base de datos de legislación y jurisprudencia**,

Recomendacións

Otros comentarios

Recoméndase á asistencia das sesións teóricas e prácticas provisto dos textos legais que correspondan.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Historia económica y del comercio				
Asignatura	Historia económica y del comercio			
Código	V06G270V01805			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Fundamentos del análisis económico e historia e instituciones económicas			
Coordinador/a	Vallejo Pousada, Rafael			
Profesorado	Vallejo Pousada, Rafael			
Correo-e	vallejo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Estudiar el nacimiento y la evolución del empresario y de la empresa como agente económico tomando como referencia la figura del comerciante y el comercio exterior en las economías preindustriales. Explicar la evolución histórica, desde la Revolución Industrial hasta la "Tercera Revolución Industrial", del empresario y de la empresa en contextos cambiantes. Considerando las respuestas en la gerencia, organización y estrategias empresarias, tanto en el ámbito de la producción como en el de la distribución.			

Competencias	
Código	
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C1	CE1. Conocer y comprender los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización.
C2	CE2. Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto. Saber vincular el objeto y condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.
C3	CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.

Resultados de aprendizaje			
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Identificar el proceso de crecimiento y desarrollo económico a largo plazo.	B6	C1 C2 C3	D3 D4 D5 D9 D10 D13 D15

La Historia económica del comercio internacional permite tomar en consideración todo tipo de factores y variables económicas y no económicas a largo plazo en las políticas comerciales de los países.	B3 B6	C1 C2 C3 C6	D3 D4 D5 D9 D10 D13 D15
Aprender y comprender el proceso de nacimiento y transformación de las principales instituciones económicas el largo del tiempo.	B3 B6	C1 C2 C3 C6	D4 D5 D9 D10 D13 D15
Conocer y analizar los procesos de aparición, transformación y crisis de la empresa y de los empresarios.	B3 B6	C1 C2 C3 C6	D3 D4 D5 D9 D10 D13 D15
Comprensión de las restricciones y del marco de regulación que subyacen en una economía globalizada.	B3 B6	C1 C2 C3 C6	D3 D4 D5 D9 D10 D13 D15

Contenidos

Tema	
Tema 1. El comercio internacional en el período preindustrial.	Los descubrimientos geográficos, los cambios y la dinámica del comercio mundial. Las instituciones económicas y las empresas.
Tema 2. La primera globalización (1870-1914)	La Revolución industrial, la empresa industrial y la empresa moderna. Las políticas comerciales. La primera globalización.
Tema 3. La economía internacional (1914-2014).	El retroceso de la globalización en el período de entreguerras (1914-1945. El proteccionismo y la desintegración de la economía internacional. La edad de oro del capitalismo y de las economías socialistas. La descolonización y los procesos de desarrollo (1945-1973).La empresa en la segunda revolución tecnológica. La segunda globalización y las crisis económicas (1973- 2010). Las transformaciones en las formas de producción, en la organización empresarial, y en la logística de la distribución.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1.5	0	1.5
Sesión magistral	12	0	12
Seminarios	32.5	65	97.5
Debates	4	9	13
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	2	24	26

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

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Actividades orientadas a tomar contacto y reunir información sobre el alumnado, así como a presentar la materia..
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.

Seminarios	Actividades enfocadas al trabajo sobre un tema específico, que permiten ahondar o complementar los contenidos de la materia. Se pueden emplear como complemento de las clases teóricas.
Debates	Estas sesiones consistirán en discusiones entre el alumnado , sobre temas relacionados con los contenidos. Se propondrán temas controvertidos y característicos de la historiografía de la propia materia.Las argumentaciones a desarrollar y exponer estarán basadas en las lecturas, previamente distribuidas por la profesora y/ o bien obtenidas en la propia búsqueda de información del alumnado.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Seminarios	Actividades orientadas a trabajar las lecturas, previamente distribuidas, relacionadas con los contenidos de la materia. Las lecturas constituyen la pieza central para el desarrollo de la materia. Permiten profundizar y, a su vez, complementar los contenidos de las clases teóricas.
Debates	Estas sesiones consistirán en discusiones y controversias surgidas entre el alumnado sobre los temas relacionados con los contenidos. Se propondrán temas sujetos a controversia significativa dentro de la historiografía propia de la materia. Se utilizarán y se desarrollarán argumentaciones basadas en las lecturas a trabajar, previamente distribuidas por la profesora y/o bien obtenidas en la propia búsqueda de información del alumnado.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Seminarios	Se valorará: 1.- Distinción de la línea del tiempo histórico del tema de la lectura. 2.- Diferenciación de aspectos relevantes y significativos de las lecturas. 3.- Selección e interpretación de los indicadores importantes. 4.- Articulación o conexión de los aspectos señalados con el tema principal de la lectura. 5.- Presentación de un breve resumen de la lectura después del seminario. 6.- Asistencia, participación, cumplimiento, aptitud. Asi como los aspectos formales (redacción, sintaxis, ortografía,...) y la expresión oral.	40	B3 B6	C1 C2 C3 C6	D3 D4 D5 D9 D10 D13 D15
Debates	Se valorará: 1.- Argumentación y la exposición organizada y coherente. 2.- Asistencia, participación, cumplimiento, aptitud, así como la expresión oral.	10	B3	C1 C2 C3 C6	D3 D4 D5 D9 D10 D13 D15
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Se realizará un examen fiinal de la materia. El alumnado debe desarrollar los aspectos o las cuestiones más relevantes del tema que se pregunta.Tiene que razonar, relacionar y estucturar la información de un modo coherente.	50	B3 B6	C1 C2 C3 C6	D4 D5 D10

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación contenida en esta guía docente está dirigida a alumnas y alumnos de enseñanza **presencial:**

1.- Los debates y los seminarios son de asistencia obligatoria, representan un 10 y un 40%, respectivamente de la nota final. Siempre y cuando la/el alumna/lo obtenga un mínimo de 4 en el examen final, y asista al 95% de las sesiones de seminario y a todos los debates.

2.- La nota obtenida en las debates y seminarios tendrá vigencia en las convocatorias a las que de la derecho la matrícula de cada curso académico.

3.-La calificación obtenida en el examen final supondrá el 50% de la nota final.

4-Para el alumnado que renuncia a la enseñanza presencial, la evaluación recae sobre el examen final escrito.

5.- Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Junta de Centro para el curso 2016-2017 en caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes prevalecerán las señaladas en la página web de la Escuela de Estudios Empresarias.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Feliu, Gaspar y Carles Sudrià, **Introducción a la historia económica mundial**, 2013,

Frieden, Jeffry A., **Capitalismo global: el trasfondo económico de la historia del siglo XX**, 2006,

Maddison, Angus, **La Economía mundial: una perspectiva milenaria**, 2002,

Kenwood, A.G. and A.L. Lougheed, **Historia del desarrollo económico internacional**, 1995,

Valdaliso, José Mª y Santiago López, **Historia Económica de la Empresa**, 2007,

Palafox,J. (ed), **Los tiempos cambian. Historia de la economía**, 2014,

Catalan,J. J.A Miranda y R.Ramón Muñoz (eds), **Distritos y clusters en la Europa del Sur**, 2011,

Chang, Ha-J., **Economía para el 99% de la población**, 2015,

Escohotado, Antonio, **Los enemigos del comercio : historia de las ideas sobre la propiedad privada**, 2008-2016, Espasa,

Williamson, Jeffrey G. y Tomás Fernández Aúz, **Comercio y pobreza: Cuándo y cómo comenzó el atraso del Tercer Mundo**, 2012, Crítica,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Economía: Economía española y mundial/V06G270V01201
Economía: Macroeconomía/V06G270V01202
Sociología: Sociología del consumo/V06G270V01105
Economía internacional/V06G270V01803

Otros comentarios

El contenido de la guía se desarrollará dentro de un marco con cierto grado de flexibilidad.

Asimismo, se le acercará al alumnado la información y las pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo. Se utilizará la plataforma TEMA en faitic.uvigo.es en la que se hacen constar instrucciones concretas.

DATOS IDENTIFICATIVOS

Comercio electrónico: Elementos informáticos

Asignatura	Comercio electrónico: Elementos informáticos			
Código	V06G270V01806			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición				
Departamento	Informática			
Coordinador/a	Vázquez Núñez, Francisco José			
Profesorado	Castelo Boo, Santiago Vázquez Núñez, Francisco José			
Correo-e	pvazquez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Conceptos básicos del comercio electrónico y sus tipos. Sitios Web y sus tecnologías. Herramientas para valorar sitios de comercio electrónico. Seguridad de la información y de las transacciones en el comercio electrónico. Aspectos informáticos de la legislación sobre el comercio electrónico			

Competencias

Código	
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conocer los elementos que conforman o influyen en un sistema informático y ser capaz de configurar un sistema informático básico para el comercio electrónico.	C24 C26	D2 D18
Conocer y saber aplicar los elementos y herramientas utilizadas en el comercio electrónico	C24 C26	D2 D18

Contenidos

Tema	
1 Introducción al Comercio electrónico	1.1. Introducción
2 Infraestructura Tecnológica del comercio electrónico	2.1 Internet y world wide web 2.2 Creación de un sitio web de comercio electronico. 2.3 Seguridad online y sistemas de pago.
3. Conceptos de negocios	3.1. Conceptos de marketing del comercio electrónico. 3.2. Comunicaciones de marketing del comercio electrñonico. 3.3. Cuestiones éticas, sociales y políticas del comercio electrónico. 3.4 Cuestiones juridicas en el comercio electrónico
4. El comercio electrónico en acción	4.1. Ventas al detalle y servicios online. 4.2. Contenido y medios online. 4.3.Redes sociales, subastas y portales. 4.4. Comercio electrónico B2B, comercio colaborativo.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión magistral	12	15	27
Prácticas en aulas de informática	22	20	42

Trabajos y proyectos	15	40	55
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	25	25

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

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Valoración de los conocimientos previos del alumno y explicación de la metodología a seguir a lo largo del curso.
Sesión magistral	En estas sesiones se expondrá a los alumnos los conceptos y metodologías necesarias para el conocimiento de la materia
Prácticas en aulas de informática	Ejercicios propuestos por el profesor que los alumnos resolverán con la ayuda del ordenador en el aula de informática. Serán trabajos individuales y en grupo. Los trabajos realizados conducirán a la realización de una página web de comercio electrónico operativa.

Atención personalizada

Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	Se realizaran en grupos de un máximo de tres alumnos trabajos o proyectos tutelados por los profesores de la materia. Esta tutorización se hará en el horario de tutorías publicado o previa cita con el profesor
Resolución de problemas y/o ejercicios	Para la corrección de problemas o para aclarar dudas de problemas o ejercicios planteados, los alumnos tendrán su disposición a los profesores en el horario de tutorías publicado o concertando una cita con el profesor

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Sesión magistral	En este apartado se valorará la asistencia a las clases impartidas en el aula, tanto sean sesiones magistrales como en las que se desarrollen trabajos en aula	5	C24 C26	D2 D18
Prácticas en aulas de informática	En este apartado se valorará la asistencia a las prácticas en el aula de ordenadores	5	C24 C26	D2 D18
Trabajos y proyectos	En este apartado se calificaran los trabajos de teoría y proyectos prácticos realizados por los alumnos que entregarán en los plazos fijados y mediante las plataformas. También se calificará la participación activa en las clases de teoría y trabajos en aula	80	C24 C26	D2 D18
Resolución de problemas y/o ejercicios	Consistirá en la realización de ejercicios propuestos por el profesor que se resolverán con la ayuda del ordenador y que tendrán que ser entregados en las fechas que se fijen por medio de la plataforma TEMA. También se calificará la asistencia a las Prácticas en aula de ordenador	10	C24 C26	D2 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

En las convocatorias ordinaria y extraordinaria de Junio - Julio, se hará un único examen que consistirá en responder a preguntas por parte del alumno del trabajo realizado y presentado por él mismo o por el grupo de que forme parte. Los alumnos que no hayan hecho el trabajo o no hayan asistido al menos al 75% de las clases, tendrán un examen oral que cubrirá el 100% de la calificación.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Adigital, **Libro blanco del comercio electrónico**, 2013,

Del Peso Navarro, Emilio y otros, **Nuevo reglamento de protección de datos de carácter personal**, 2008,

Areitio, Javier, **Seguridad de la información**, 2008,

Laudon, Kenneth; Carol Guercio Traver, **E-comerce: Negocios, tecnología y sociedad**, 2009,

Tanenbaum, Andrew, **Redes de computadores**, 2003,

Silberschatz, A, **Fundamentos de bases de datos**, 2011,

Ramez Elmansri; Shamkant B. Navathe, **Fundamentos de Sistemas de Bases de Datos**, 2008,

Laudon, Kenneth, **E-Commerce 2015: Business, Technology, Society**, 2014,

Ordóñez, Jordi, **Blog de Jordiob**,

Prestashop, **Blog de E-commerce**,

Laudon, Kenneth, **E-comerce 2013: Negocios, tecnología y sociedad**, 2014,
Chaffey, Dave, **Marketing Digital. Estrategia, Implementación y práctica**, 2014,
Varios, **Transformación Digital**, 2016, The Valley Business School, 2016

Recomendaciones

Otros comentarios

En caso de discrepancia entre las diferentes versiones lingüísticas de esta Guía Docente, se considerará como principal la versión en Castellano

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Idioma para a comunicación internacional: Inglés				
Asignatura	Idioma para a comunicación internacional: Inglés			
Código	V06G270V01807			
Titulacion	Grao en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento	Filoloxía inglesa, francesa e alemá			
Coordinador/a	García de la Puerta, Marta			
Profesorado	García de la Puerta, Marta			
Correo-e	mpuerta@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	Carácter comunicativo (nivel avanzado) combinado con coñecementos propios da titulación de comercio. É un curso de inglés para fins específicos cos contidos da especialidade coma eixe conductor. Se afondará na interdisciplinaridade,nas metodoloxías de empresa (estudo de casos, DAFO ou PEST) e adicaráse un módulo á procura de emprego (selección de ofertas, documentos de presentación, modalidades de CV e entrevistas)			

Competencias	
Código	
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridade, concisión e precisión, tanto dentro da organización coma con interlocutores externos en ámbitos nacionais e internacionais.
C7	CE7. Coñecer e comprender a interrelación entre o marketing estratéxico e a dirección estratéxica desde unha perspectiva de orientación ó mercado, así como a relación entre as organizacións e o seu entorno co fin de deseñar, a partires dos conceptos e ferramentas do marketing, obxetivos e estratexias que se desenvolverán no plan integral de marketing.
C8	CE8. Comprender os procesos psicosociolóxicos mediante os cales as persoas aprenden, deciden, se comunican, xestionan as súas necesidades e relacións, negocian, mercan, etc. co fin de desenvolver competencias útiles no ámbeto persoal e profesional.
C14	CE14. Comprender e saber analizar o rol socioeconómico do emprendedor e do directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
C18	CE18. Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elexida (inglés, francés ou alemá) co obxeto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.
C26	CE26. Saber emplegar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profisional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Comunicar de modo efectivo, con claridade, concisión e precisión, tanto dentro da organización coma con interlocutores externos en ámbitos nacionais e internacionais	B4
Coñecer e comprender a interrelación entre o marketing estratéxico e a dirección estratéxica desde unha perspectiva de orientación ó mercado, así como a relación entre as organizacións e o seu entorno co fin de deseñar, a partires dos conceptos e ferramentas do marketing, obxetivos e estratexias que se desenvolverán no plan integral de marketing.	C7
Comprender os procesos psicosociolóxicos mediante os cales as persoas aprenden, deciden, se comunican, xestionan as súas necesidades e relacións, negocian, mercan, etc. co fin de desenvolver competencias útiles no ámbeto persoal e profesional.	C8
Comprender e saber analizar o rol socioeconómico do emprendedor e do directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.	C14
Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elexida (inglés, francés ou alemá) co obxeto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.	C18
Saber emplegar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profisional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.	C26

Contidos
Tema

Basic Vocabulary for Marketing	1.1 Defining Marketing 1.2 Types of Marketing 1.3 Markets and Competitors
The role of marketing	2.1. Skills and qualifications 2.2. Organisations 2.3. Role of marketing within an organisation 2.4. Identifying stakeholders
Marketing plan	3.1. Outlining a marketing plan 3.2 International customer communication (differences in cultural attitudes and behaviours; adapting messages for a new market. 3.3. Marketing audit and analysis (SWOT, PESTEL, FIVE FORCES) 3.4. Marketing Mix: the Ps, the Cs, As and Os. 3.5. Writing a strategy 3.6. Marketing Budget 3.7. Executive summary
Market research	4.1. Types of research. Research needs 4.2. Research methodology 4.3. Moderating a focus group 4.4. Writing survey questions. Understanding trends and changes and explaining survey data
Exhibitions and events	5.1. Booking a stand 5.2. Dealing with visitors 5.3. Networking at a social event 5.4. Writing a follow-up e-mail

Planificación

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

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

Metodoloxía docente

	Descripción
Lección maxistral	Presentación de contidos teóricos, discusión sobre os mesmos e instruccións sobre traballos e exercicios a realizar
Prácticas de laboratorio	Posta en práctica das destrezas comunicativas en inglés en grupos pequenos, a través de actividades individuais, por parellas ou en grupo.
Actividades introdutorias	Presentación da materia, do sistema de traballo e da avaliación

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	A atención personalizada desenvolveráse nas sesións prácticas en grupo pequeno e nas titorías correspondentes (Despacho 21 da EUEE).

Avaliación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Lección maxistral	1. Probas escritas individuais a realizar en clase (30%) 2. Probas orais a realizar en clase (20%) 3. Outras tarefas a realizar dentro ou fóra da aula, por exemplo, actividades de lectura ou escrita de textos relacionados co comercio (10%)	60	B4	C7 C8 C14 C18 C26
Prácticas de laboratorio	Outras actividades orais ou escritas en grupo a determinar. Por exemplo, a elaboración dunha actividade de investigación de mercados (40%)	40	B4	C7 C8 C14 C18 C26

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

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

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

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Jones-Macziola, Sarah and Greg White, **Further Ahead**, Cambridge University Press,

Littlejohn, Andrew, **Company to Company**, Cambridge University Press, 2002

Mascull, Bill, **Business Vocabulary in Use.**, Cambridge University Press, 2012

Pilbeam, Adrian, **Market Leader. International Management**, Longman, 2000

Robinson, Nick, **Cambridge English for Marketing**, Cambridge University Press, 2010

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

Comfort, Jeremy, **Effective Socializing**, Oxford University Press, 2005

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

Brieger, Nick and Jeremy Comfort, **Language Reference for Business English**, Prentice Hall, 1992

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

Alcaraz, Enrique, Brian Hughes y Miguel Ángel Campos, **Diccionario de términos de marketing, publicidad y medios de comunicación: inglés-español**, Ariel, 1999

Alcaraz, Enrique y Brian Hughes, **Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales: inglés-español**, 6ª, Ariel, 2012

Alcaraz, Enrique y José Castro Calvín, **Diccionario de comercio internacional: importación y exportación**, Ariel, 2007

Diccionario Oxford Business Spanish-English, Oxford University Press, 2002

Lozano Irueste, José María, **Diccionario Bilingüe de Economía y Empresa**, Pirámide, 2001

Parra, Eduardo, **Diccionario inglés de publicidad y marketing**, Gestión, 2000

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

http://www.acronymfinder.com/, **Acronym Finder**,

http://www.foreignword.com/, **The Language Site: http://www.foreignword.com/ Harraps Marketing Dictionary: English-Spanish**, Chambers Harrap, 2004

http://www.wordreference.com/, **WordReference.com Online Language Dictionarie**,

http://www.microsoft.com/smallbusiness/resources/marketing/advertising-branding/9-steps-to-making-tr, **Nine steps to making trade shows pay off**,

http://eventplanning.about.com/od/eventplanningbasics/tp/trade_show_etiquette.htm1, **Trade show booth etiquette can attract or repel attendees**,

http://www.marketresearchworld.net/index.php?Itemid=38&id=14&option=com_content&task=vie, **Definition of market research**,

Recomendacións

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Idioma para a negociación intercultural: Inglés/V06G270V01505

Otros comentarios

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

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

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

Calquera tipo de plaxio suporá un suspenso.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Idioma para la comunicación internacional: Alemán				
Asignatura	Idioma para la comunicación internacional: Alemán			
Código	V06G270V01809			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Alemán Castellano			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	Barsanti Vigo, María Jesús			
Profesorado	Barsanti Vigo, María Jesús			
Correo-e	barsanti@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	En esta asignatura, además de seguir insistiendo en la adquisición de una buena destreza idiomática general en el nivel comprensivo y comunicativo, se podrá incidir más de lleno en la práctica de algunas habilidades que puedan ser útiles de cara a la futura actividad que los alumnos deberán afrontar, al tener que utilizar un idioma extranjero como herramienta de trabajo, tanto en el mundo laboral como en el profesional.			

Competencias	
Código	
C7	CE7. Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.
C8	CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.
C14	CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
C18	CE18. Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.	C7
Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.	C18
Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.	C26
Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.	C8
Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).	C18
Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.	C26
Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.	C14

Contenidos

Tema	
1. Wiederholung und Ergänzung der Nebensätze.	1. Vorlektion: Lerntipps
2. Das Adjektiv: Deklination und Steigerung	2. Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern (I)
3. Die Relativsätze	3. Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern (II)
4. Wiederholung und Ergänzung der Modalverben	4. Verkaufsgespräche (I)
5. Wiederholung und Ergänzung des Perfekts	5. Verkaufsgespräche (II)
6. Das Passiv	6. Das Beratungsgespräch (I)
7. Der Konjuntiv I: Das Bildung und der Gebrauch. Der Konjuntiv als Ausdrück der Nichtwirklichkeit (Irrealität) und der Möglichkeit	7. Kommunikation zur Anbahnung und Erfüllung eines Kaufvertrages: der Geschäftsbrief (I)
8. Die Infinitivsätze	8. Kommunikation zur Anbahnung und Erfüllung eines Kaufvertrages: der Geschäftsbrief (II)
9. Der Konjuntiv II: Das Bildung und der Gebrauch. Die indirekte Rede	9. Kommunikation zur Anbahnung und Erfüllung eines Kaufvertrages: das Telefongespräch
10. Die Wortbildung	10. Kommunikation zur Anbahnung und Erfüllung eines Kaufvertrages: die E-Mail

Planificación

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

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	En las horas de trabajo autónomo del alumno
Prácticas de laboratorio	En las horas prácticas de la materia y realizadas en grupo

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Resolución de problemas y/o ejercicios	Presentación de trabajos, tareas, ejercicios y resolución de tareas y actividades orales y escritas	25	C7 C8 C14 C18 C26
Pruebas de respuesta corta	Examen final escrito	75	C7 C8 C14 C18 C26

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación y la consiguiente calificación del trabajo del alumnado se llevará a cabo con un procedimiento de evaluación continua de acuerdo con los porcentajes descritos más arriba. El examen final escrito se realizará la última semana de clase. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 4 para optar a superar la materia.

Los alumnos pueden renunciar a la evaluación continua: para ello presentaran un escrito indicando su expreso deseo de renuncia durante el primer mes de clase; la evaluación de la asignatura la obtendrán de la calificación alcanzada en un

examen único final con el total del contenido de la asignatura. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 5 para superar la materia.

Convocatoria de JULIO: Examen teórico-práctico escrito de los contenidos del curso por el 100% de la calificación. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 5 para superar la materia.

Fuentes de información
Bibliografía Básica
Schlüter, Sabine, **Menschen. Deutsch als Fremdsprache Berufstrainer A1**, 2015
Langenscheidt, **Diccionario Moderno Alemán-Español/Español-Alemán**, 2014
Bibliografía Complementaria
Castell, A., **Gramática de la lengua alemana**, 2011
Haensch-López Casero, **Wirtschaftsterminologie Spanisch/Deutsch**, 1995
Hering, A. und Matussek, M., **Geschäftskommunikation. Schreiben und Telefonieren**, 1996
Terencia Silva Rojas, Beatriz Figueroa Revilla, Mª José Corvo Sánchez, Mª Jesús Barsanti Vigo, **Diccionario Cuatrilingüe de Marketing y Publicidad: Inglés, Español, Francés y Alemán**, 2009
Stalb, H., **Aufbaukurs Deutsch**, 1993

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Idioma para la negociación intercultural: Alemán/V06G270V01507

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Trabajo de Fin de Grado				
Asignatura	Trabajo de Fin de Grado			
Código	V06G270V01991			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Fundamentos del análisis económico e historia e instituciones económicas			
Coordinador/a	Riveiro Pérez, María del Mar			
Profesorado	Riveiro Pérez, María del Mar			
Correo-e	mriveiro@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	El trabajo fin de grado es un trabajo personal que cada estudiante realizará de manera autónoma bajo tutorización docente y que debe permitirle mostrar de forma integrada la adquisición de conocimientos y las competencias asociadas a la titulación			

Competencias	
Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D12	CT12. Creatividad.
D16	CT16. Iniciativa.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados de aprendizaje				
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Será capaz de buscar y estructurar un trabajo sobre cualquier tema . Tendrá capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.	A1	B1	C27	D1
		B1	C31	D1
		B3		D2
		B6		D2
		B9		D4
		B12		D5
				D6
				D6
				D7
				D7
				D8
				D9
				D12
				D12
				D16
				D18
				D18
				D20
				D21

Será capaz de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.	A1 A2 A4	B1 B3 B4 B6 B7	C1 C2 C5 C9 C13 C19 C22 C24 C31 C32	D1 D2 D3 D8 D15 D18 D22

Contenidos

Tema

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Proyectos	0	120	120
Trabajos tutelados	5	10	15
Actividades introductorias	5	10	15

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

Metodologías

	Descripción
Proyectos	Trabajo autónomo en el que cada estudiante realizará un proyecto con una finalidad específica y en el que se deberá planificar, diseñar y ejecutar una serie de actividades basadas en la recopilación, análisis y tratamiento de la información así como la investigación.
Trabajos tutelados	La evolución del trabajo fin de grado será tutorizada de manera personal.
Actividades introductorias	Se diseñará el trabajo y se daran las pautas para la recopilación y el analisis de las fuentes y la bibliografía.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Actividades introductorias	El tutor dedicará el tiempo que considere necesario a atender a cada estudiante a su cargo explicando en que consiste el trabajo fin de grado y orientándolo en los inicios del mismo
Proyectos	El tutor asesorará al estudiante en la preparación y realización de su proyecto
Trabajos tutelados	El tutor dedicará el tiempo que considere necesario a atender a cada estudiante a su cargo y orientar su trabajo y guiar el proceso de aprendizaje , asi como corregir y revisar la memoria y la presentación oral

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
ProyectosRealización y presentación del trabajo autónomo del estudiante.	100	B1 B3 B4	D2 D4 D5 D6 D7 D12 D16 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

El tutor emitirá un informe sobre cada trabajo a su cargo, en los términos de favorable o desfavorable, y podrá emitir una calificación numérica del mismo que el tribunal encargado de evaluar el TFG podrá tener en cuenta

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Otros comentarios

Se recomienda que el alumnado lea previamente la normativa de la Universidad de Vigo sobre el TFG , así como la normativa propia del grado en Comercio de la Escuela de Empresariales.
El alumnado deberá tener en cuenta las recomendaciones establecidas para elaborar el TFG y para su presentación.
Es importante que el alumnado tenga en cuenta los plazos y formularios a cumplimentar en cada momento