



(*)E. U. de Estudos Empresariais

TEACHING GUIDE

COURSE 2017/18

TEACHING GUIDE

TEACHING GUIDE OF BSc. IN COMMERCE, MSc. IN INTERNATIONAL TRADE, MSc IN SME ADMINISTRATION.

LOCATION

ADDRESS: TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

TO SEE THE SITUATION ON THE MAP CLICK [HERE](#) OR USE STREETVIEW. PFOR URBAN BUS ACCESS: VITRASA

PHOTOS OF THE CENTRAL BUILDING OF THE U.S.E. AND OF THE EXPANSION (BUILDING ANNEX TO The IEE)



HOW TO GET TO THE SCHOOL



FACILITIES AND SERVICES

(*)



Direction team

DIRECTOR

Ms CONSUELO CURRAS VALLE

SECRETARY

Ms MARÍA JESÚS BARSANTI VIGO

SUBDIRECTOR OF EXTERNAL RELATIONS AND STUDENT

Ms M^a DEL MAR RIVEIRO PÉREZ

SUBDIRECTOR OF EXCHANGES AND INTERNATIONAL RELATIONS

D.ARACELI GONZÁLEZ Crespán

SUBDIRECTOR OF ACADEMIC ORGANIZATION

Mr. EMILIO GARCÍA ROUSSELLO

SCHOOL CALENDAR 2017-2018

The Calendar of the Academic Course of the BSc. in Commerce given by the EUEE can be found in its web: <http://grado-comercio.uvigo.es/es>

(*Grao en Comercio

Subjects

Year 4th

Code	Name	Quadmester	Total Cr.
V06G270V01701	Management integrated information systems	1st	6
V06G270V01702	Creation of commercial enterprises	1st	6
V06G270V01703	Business Combinations	1st	6
V06G270V01704	Commercial and financial risk management	1st	6
V06G270V01705	Personal, managerial and commercial skills	1st	6
V06G270V01706	Social security institutions	1st	6
V06G270V01707	Operational research in the trading company	1st	6
V06G270V01708	Social research techniques	1st	6
V06G270V01801	Externships	2nd	6
V06G270V01802	Market Research	2nd	6
V06G270V01803	International economics	2nd	6
V06G270V01804	Commercial Contracting	2nd	6
V06G270V01805	History of economics and trade	2nd	6
V06G270V01806	Electronic commerce: Computing Elements	2nd	6
V06G270V01807	Language for international communication: English	2nd	6
V06G270V01809	Language for international communication: German	2nd	6
V06G270V01991	Final Year Dissertation	2nd	6

IDENTIFYING DATA**Sistemas de la información integrados para la gestión**

Subject	Sistemas de la información integrados para la gestión			
Code	V06G270V01701			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	4	1c
Teaching language	Castellano			
Department	Economía financiera y contabilidad			
Coordinator	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Lecturers	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
E-mail	pilar.munoz@uvigo.es			
Web				
General description				

Competencias

Code	
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

Expected results from this subject	Training and Learning Results	
- 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

Topic

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

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
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

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

Description

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

Methodologies	Description
Sesión magistral	
Resolución de problemas y/o ejercicios	
Prácticas de laboratorio	

Evaluación

Description	Qualification	Training and Learning Results		
		B1	C4	D1
Resolución de problemas y/o ejercicios (*)Prueba final teórico- práctica	60	B1	C4	D1
		B2	C6	D3
		B3	C11	D4
		B4	C19	D5
		B5	C20	D6
		B6	C24	D8
			C26	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	C4	D1
		B2	C6	D3
		B3	C11	D4
		B4	C19	D5
		B5	C20	D6
		B6	C24	D8
			C26	D9
				D10
				D11
				D12
				D13
				D14
				D15
				D16
				D17
				D18

Other comments on the Evaluation

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

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Recomendaciones

IDENTIFYING DATA**Creación de empresas comerciales**

Subject	Creación de empresas comerciales			
Code	V06G270V01702			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	4	1c
Teaching language				
Department	Organización de empresas y marketing			
Coordinator	González Framil, Juan Francisco			
Lecturers	González Framil, Juan Francisco			
E-mail	juan.gonzalez@uvigo.es			
Web	http://http://euee.uvigo.es			
General description	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Se trata en definitiva que el alumno sea capaz de transformar ideas en proyectos concretos.</p>			

Competencias

Code	
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

Expected results from this subject	Training and Learning Results
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 juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.	B3

Adquirir habilidades de *liderato, trabajo autónomo y en equipa, motivación, flexibilidad, así como B5 comportamiento responsable y ético para desarrollarse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el *entorno.	
Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir B6 una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones *hacia mercados tanto nacionales como internacionales	
Habilidades de comunicación oral Y escritura, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como D1 en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).	
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 C2 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.	
Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus C4 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.	
Saber localizar, seleccionar y analizar la información y conocer las variables que intervienen en el C6 comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.	
Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así C14 como saber elaborar un plan de negocio.	
Saber *emplegar las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto C26 académico mediante la simulación de situaciones reales *dla práctica *profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.	

Contenidos

Topic
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

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
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

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

	Description
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

Methodologies	Description
Sesión magistral	

Evaluación

	Description	Qualification	Training and Learning Results	
Trabajos de aula		10	B3	D7
Trabajos tutelados	Trabajo Final en Equipo: informe y exposición.	40		D8
Otros	Examen Tipo Test	40	C26	D1
Presentaciones/exposiciones		10	C2	D1
			C26	D7

Other comments on the Evaluation

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 el 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

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Alexander Osterwalder | Yves Pigneur, **Generación de modelos de negocio**, Deusto,
 González, F.J., **Creación de empresas:Guía 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 García, P., **Business Angels**,

Recomendaciones

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

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

Subjects that it is recommended to have taken before

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

IDENTIFYING DATA**Combinaciones de negocios**

Subject	Combinaciones de negocios			
Code	V06G270V01703			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	1c
Teaching language	Castellano			
Department	Economía financiera y contabilidad			
Coordinator	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Lecturers	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
E-mail	pilar.munoz@uvigo.es			
Web				
General description				

Competencias

Code	
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

Expected results from this subject	Training and Learning Results
------------------------------------	-------------------------------

-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 distintos módulos del ERP: CRM, producción, compras.. generando un informe que permita una toma de decisión integral	C10 C20 C24

Contenidos

Topic

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

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
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

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

	Description
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

Methodologies	Description
Sesión magistral	
Prácticas de laboratorio	
Resolución de problemas y/o ejercicios	

Evaluación

Description	Qualification Training and Learning Results

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

Other comments on the Evaluation

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

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Recomendaciones

IDENTIFYING DATA**Gestión de riesgos financieros y comerciales**

Subject	Gestión de riesgos financieros y comerciales			
Code	V06G270V01704			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	1c
Teaching language	Castellano			
Department	Economía financiera y contabilidad			
Coordinator	Lago Velando, Ángeles			
Lecturers	Lago Velando, Ángeles			
E-mail	lvelando@uvigo.es			
Web				
General description	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

Code				
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

Expected results from this subject	Training and Learning Results			
Conocer y entender jurídica y contractualmente los diferentes instrumentos de cobertura de riesgo.	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	
	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

Topic	
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

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
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

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

	Description
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

Methodologies	Description
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.
Tests	Description
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

	Description	Qualification	Training and Learning Results
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

Other comments on the Evaluation

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 documentalmete 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

Basic Bibliography

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 Fatic, materiales (presentaciones, apuntes, referencias...),

Complementary Bibliography

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

Subjects that it is recommended to have taken before

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

Estadística: Estadística/V06G270V01205

Decisiones de inversión en el comercio/V06G270V01402

IDENTIFYING DATA**Habilidades personales, directivas y comerciales**

Subject	Habilidades personales, directivas y comerciales			
Code	V06G270V01705			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	1c
Teaching language	Castellano			
Department	Organización de empresas y marketing			
Coordinator	Lorenzo Paniagua, Javier			
Lecturers	González Framil, Juan Francisco Lorenzo Paniagua, Javier			
E-mail	paniagua@uvigo.es			
Web	http://www.euee.uvigo.es			
General description	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

Code	
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

Expected results from this subject	Training and Learning Results			
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

Topic	
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

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Sesión magistral	28	30	58
Estudio de casos/análisis de situaciones	20	50	70
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	2	20	22

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

Description

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

Methodologies	Description
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

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
			B4	C8	D1
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	El alumno desarrollará los conocimientos adquiridos en las convocatorias oficiales de examen establecidas por el centro	100	B5	D3	D6
				D7	D8
				D9	D11
				D12	D14
				D18	

Other comments on the Evaluation

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

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

Other comments

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.

IDENTIFYING DATA**Institucións da seguridade social**

Subject	Institucións da seguridade social			
Code	V06G270V01706			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	1c
Teaching language	Castelán			
Department	Dereito público especial			
Coordinator	Movilla García, Matías			
Lecturers	Movilla García, Matías			
E-mail	movilla@paseodealfonso.com			
Web				
General description	Coñecer a regulación esencial das institucións da seguridade social, así como a *organización e funcionamento das devanditas institucións e o réxime legal da relación xurídica de seguridade social.			

Competencias

Code	
B2	CG2. Aplicar os coñecementos adquiridos ó desempeño da súa futura labor profesional, desenvolvendo as capacidades conceptuais e operativas dos futuros directivos e xestores do negocio no contexto dunha economía globalizada, dinámica e suxeita a un proceso de cambio e anovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos 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.
C12	CE12. Entender a normativa reguladora das relacións laborais e da seguridade social, adquirindo a capacidade de informar e xestionar en materia de emprego, contratación laboral e riscos para a saúde asociados ás tarefas, adquirindo capacidades e destrezas para a confección de nóminas, cotizacións sociais e finiquitos.
C17	CE17. Ser capaz de identificar e operar cos suxeitos colectivos no campo das relacións laborais, así como cas súas institucións básicas: liberdade sindical, negociación colectiva e dereito de folga.
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.

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results		
Entender a normativa reguladora das relacións laborais e da seguridade social, adquirindo a capacidade de informar e xestionar en materia de emprego, contratación laboral e riscos para a saúde asociados ás tarefas, adquirindo capacidades e destrezas para a confección de nóminas, cotizacións sociais e liquidacións.	B2	C12	D3
	B3	C17	D4
	B4		D5
	B5		D6
			D7
			D8
			D9
			D13
			D15
			D17

Saber localizar, seleccionar e analizar a información, documentación e demais instrumentos de orde económica, xurídico e social que interveñen no comercio interior e internacional, co fin de orientar o deseño e implantación da estratexia e a xestión operativa do comercio.	B2	C12	D3
	B3	C17	D4
	B4		D5
	B5		D6
			D7
			D8
			D9
			D13
			D15
			D17
Capacidade para *interactuar cos coñecementos das prestacións de seguridade social e as relacións laborais	B2	C12	D3
	B3	C17	D4
	B4		D5
	B5		D6
			D7
			D8
			D9
			D13
			D15
			D17

Contidos

Topic	
1. Concepto e fontes da Seguridade Social.	1.1. Introducción. 1.2. Evolución da Seguridade Social en España. 1.3. Fontes da Seguridade Social.
2. Campo de aplicación e xestión da Seguridade Social.	2.1. Ámbito subxectivo do sistema español de Seguridade Social. 2.2. A estrutura e composición do sistema de Seguridade Social. 2.3. Entidades xestoras: servizos comúns 2.4 Colaboración na xestión da Seguridade Social.
3. Actos de *encuadramiento na Seguridade Social.	3.1. Inscrición de empresas. 3.2. Afiliación. 3.3. Alta. 3.4. Baixa.
4. Financiamento da Seguridade Social.	4.1. Sistemas de financiamento e recursos financeiros. 4.2. Cotización ao Réxime Xeral da Seguridade Social. 4.3. Recadación de cotas.
5. Acción protectora da Seguridade Social.	5.1. Continxencias protexidas. 5.2. Accidente de traballo. 5.3. Enfermidade profesional. 5.4. Continxencias comúns.
6. Incapacidade temporal, maternidade, paternidade e risco durante o embarazo e a lactación.	6.1. A incapacidade temporal: concepto e contido. 6.2. Protección por maternidade: concepto e contido. 6.3. Protección por risco durante o embarazo e a lactación: concepto e contido. 6.4. As prestacións por paternidade.
7. Incapacidade permanente.	7.1. Incapacidade permanente: concepto e contido. 7.2. Modalidade contributiva. 7.3. Modalidade non contributiva.
8. Xubilación.	8.1. A protección da velez: concepto e contido. 8.2. Modalidade contributiva. 8.3. Modalidade non contributiva.
9. Protección da familia: morte e *supervivencia e prestacións familiares.	9.1. A protección á familia no sistema de Seguridade Social. 9.2. A protección por morte e supervivencia. 9.3. A pensión de viuvez. 9.4. Pensión de orfandade. 9.5. Prestacións a favor de familiares.
10. A *proteccion por desemprego.	10.1. Concepto e clases de desemprego. 10.2. Nivel contributivo. 10.3. Nivel asistencial. 10.4. Renda activa de inserción e outras axudas adicionais.
11. A protección social dos *Autónomos	11.1 a *LETA e o RETA 11.2 Os réximes especiais da *SS, traballadores do Mar e traballadores Agrarios. 11.3 Especialidades nas prestacións do RETA 11.4 A prestación por cesamento de actividade.

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminario	4	10	14
Lección maxistral	27	40	67
Outros	1	0	1
Estudo de casos/análises de situacións	18	48	66
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	2	0	2

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente	
	Description
Seminario	Nas sesións de prácticas de seminario desenvolveranse as seguintes actuacións: Fornecer aos alumnos a orientación necesaria para a realización en grupo e baixo a tutela do profesor dos traballos que se lles asignen. A entrega polo alumno do aludido traballo por escrito, que deberá ademais defender mediante a súa exposición oral durante o tempo que indique o profesor. O seguimento polo profesor dos coñecementos adquiridos polo alumno e a resolución de dúbidas que se lle expoñan.
Lección maxistral	As sesións maxistrais nas aulas de teoría dedicaranse á explicación polo profesor dos distintos puntos que integran os contidos da materia. A súa finalidade é fornecer ao alumno unha base conceptual suficiente para afrontar os aspectos xurídico laborais na organización e funcionamento da empresa. Esta actividade deberá ser completada por outras que deberá desenvolver persoalmente o alumno, tales como a realización de lecturas recomendadas e aquelas que o profesor indique durante o desenvolvemento das sesións
Outros	En función das dispoñibilidades do INSS uno dos días de practicas faremos unha saída á Dirección Provincial para que nos expliquen o funcionamento interno da *Institucion
Estudo de casos/análises de situacións	Nas prácticas exporanse polo profesor supostos prácticos que deberán ser resoltos polo alumno, ben de forma guiada ou ben de forma autónoma. Tamén se procederá á contestación escrita polo alumno de cuestionarios de distinto formato relativos á materia explicada.

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Estudo de casos/análises de situacións	Atenderase ao alumno persoalmente en horas de *tutoría previa cita ao correo do profesor movilla@paseodealfonso.com en relación cos contidos da materia e o *desenvolvimient dos exercicios e caso prácticos propostos.
Seminario	Atenderase persoalmente ao/o alumno/a para o desenvolvemento do traballo de seminario proposto e a súa exposición publica.

Avaliación			
	Description	Qualification	Training and Learning Results
Seminario	Os alumnos deberán presentar un traballo por escrito proposto polo profesor e defendelo mediante a súa exposición oral. Valorarase na presentación escrita a súa estrutura e a calidade do seu contido. Na presentación oral valorarase a claridade e capacidade de *síntesis do alumno.	10	C12 D7
Outros	Pola asistencia e seguimento das clases puntuácese en avaliación continua ata un máximo do 15% da nota	15	D5 D6 D7 D8
Estudo de casos/análises de situacións	Nas prácticas realizaranse dúas probas tipo test, nas datas que o profesor sinale, sobre os contidos teóricos da materia. Por cada proba poderase obter unha nota máxima de 1 punto (por tanto pola realización de ambas as probas, poderán obterse ata 2 puntos da cualificación final). Tamén, nestas prácticas desenvolveranse os casos prácticos que expoña o profesor para a súa resolución polo alumno, ben de forma autónoma ou ben de forma guiada. Pola boa resolución e polas boas intervencións que se produzan neste apartado, poderá obterse un máximo de 1 punto.	20	B2 D3 B3 D4 B5 D5 D6 D7 D8 D9

Probas de resposta longa, de desenvolvemento	Consistirá nunha proba final de contido teórico que suporá o 30% da nota e unha proba practica que suporá o 25%. Para sumar a avaliación continua hai que obter polo menos un 4	55	B2 C12 D3 B3 C17 D4 B4 D5 B5 D6 D7 D8 D9 D13 D15 D17
--	--	----	---

Other comments on the Evaluation

Os alumnos que non superen a materia na primeira convocatoria de maio-xuño conservarán para o exame da segunda convocatoria de xullo a puntuación obtida na avaliación continua (prácticas de laboratorio máis seminarios). Os alumnos que non entren no sistema de "avaliación continua máis exame final" que figura nesta guía, serán avaliados sobre 10 puntos nun exame teórico-práctico de formato diferente ao dos alumnos que si seguiron a avaliación continua. O teórico puntúa un 65% e o practico un 35%. Apróbase cun cincoNa convocatoria FIN DE CARREIRA o alumno será avaliado nun único exame escrito, de carácter teórico e práctico (65% e35%) e que representará o 100% da nota final.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Blasco Lahoz, J.F. y López Gandía, J., **Curso de Seguridad Social**, Última edición,
Rodríguez Ramos, M.J. et al., **Sistema de Seguridad Social**, Última edición,
Vida Soria, J. et al., **Manual de Seguridad Social**, Última edición,
Cabeza Pereiro, Jaime, **Legislación laboral y de Seguridad Social**, Última edición,

Recomendacións

Subjects that continue the syllabus

Prácticas externas/V06G270V01801

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Contabilidade de custos/V06G270V01401
Dereito do traballo/V06G270V01604

Subjects that it is recommended to have taken before

Dereito do traballo/V06G270V01604
Contratación mercantil/V06G270V01804
Técnicas de investigación social/V06G270V01708

Other comments

Recoméndase aos alumnos a asistencia ás sesións teóricas e prácticas *provistos dos textos legais obxecto de estudo e traballo na aula.
É importante que teñades en conta que hai un novo texto refundido da Lei da Seguridade Social aprobado polo *RDL 8/2015

IDENTIFYING DATA**Investigación operativa en la empresa comercial**

Subject	Investigación operativa en la empresa comercial			
Code	V06G270V01707			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	1c
Teaching language	Castellano			
Department	Estadística e investigación operativa			
Coordinator	Vaamonde Liste, Antonio			
Lecturers	Vaamonde Liste, Antonio			
E-mail	vaamonde@uvigo.es			
Web				
General description	(*)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

Code	
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

Expected results from this subject	Training and Learning Results
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

Topic
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

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
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

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

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

Evaluación			
	Description	Qualification	Training and Learning Results
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

Other comments on the Evaluation

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

Basic Bibliography

W.L.WINSTON, **Investigación de Operaciones**, Ed. Thompson, 2004,
 HAMDY A. TAHA, **Investigación de Operaciones**, Ed. Pearson Educación, 2012,

Complementary Bibliography

Recomendaciones

IDENTIFYING DATA**Técnicas de investigación social**

Subject	Técnicas de investigación social			
Code	V06G270V01708			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	1c
Teaching language	Castellano			
Department	Sociología, ciencia política y de la administración y filosofía			
Coordinator	Varela Caruncho, María Luz			
Lecturers	Varela Caruncho, María Luz			
E-mail	lvarela@uvigo.es			
Web	http://euee.uvigo.es			
General description	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

Code	
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

Expected results from this subject	Training and Learning Results		
Ser capaz de reconocer la complejidad de la realidad social y de plantear una investigación aplicada en los diferentes ámbitos de la sociedad.	B3	C6	D4
	B5	C11	D5
	B6	C25	D6
			D15
Ser capaz de elaborar, utilizar e interpretar indicadores sociales e instrumentos de medición de lo social.	B3	C6	D4
	B5	C11	D5
	B6	C25	D6
			D15
Ser capaz de realizar diagnósticos de situación así como evaluaciones de políticas, planes y programas desde la perspectiva de género.	B3	C25	D4
	B5		D5
			D6
			D15

Contenidos

Topic

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. Principales 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

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
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

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

	Description
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se analizarán 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 realizarán 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

Methodologies	Description
Estudio de casos/análisis de situaciones	En las clases prácticas se realizarán tutorías en grupo
Trabajos tutelados	En las clases prácticas se tutorizarán todos los trabajos

Evaluación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
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.	30	B3 C6 D4 B5 C11 D5 B6 C25 D6 D15
Se evaluarán los resultados de aprendizaje.			
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.	10	B3 C6 D4 B5 C11 D5 B6 C25 D6 D15
Se evaluarán los resultados de aprendizaje.			
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.	40	B3 C6 D4 B5 C11 D5 B6 C25 D6 D15
Se evaluarán los resultados de aprendizaje.			

Other comments on the Evaluation

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

Basic Bibliography

- 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

Complementary Bibliography

Recomendaciones

IDENTIFYING DATA**Prácticas externas**

Subject	Prácticas externas			
Code	V06G270V01801			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	4	2c
Teaching language	Castellano			
Department	Fundamentos del análisis económico e historia e instituciones económicas			
Coordinator	Riveiro Pérez, María del Mar			
Lecturers	Riveiro Pérez, María del Mar			
E-mail	mriveiro@uvigo.es			
Web				
General description	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

Code	
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

Expected results from this subject	Training and Learning Results			
Conseguir habilidad de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia	A1	B1	C23	D1
	A2	B3	C24	D2
	A3			D4
	A4			D5
	A5			
Ser capaz de aprender, de realizar trabajo autónomo y de llevar planificación y organización del trabajo.	A3	B1	C1	D3
	A5	B2	C2	D6
		B5	C4	
		B5	C14	
			C19	
			C20	
			C21	
			C23	
			C24	
			C25	
			C26	
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		D5
		B3		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	C32	D1
		B4	C33	D1
		B5	C34	D3
			C38	D5
				D5
				D6
				D7
				D7
				D8
				D13
				D14
Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.		B1	C7	D9
		B5	C12	
		B6		
		B14		
Será capaz de adaptarse a nuevas situaciones. y de asumir responsabilidades.		B1	C7	D9
		B5	C12	D10
		B5	C26	D11
		B6		D12
		B14		D13
			D16	
			D18	
Alcanzar compromiso ético en el trabajo	A1	B1	C1	D2
	A2	B2	C2	D6
	A4	B6	C4	D8
		B7	C6	D9
		B8	C11	D16
		B10	C15	D17
		B12	C17	D21
			C24	

Contenidos

Topic

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

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Prácticas externas	0	145	145
Informes/memorias de prácticas externas o prácticum	0	5	5

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

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

Atención personalizada	
Methodologies	Description
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.
Tests	Description
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		Qualification	Training and Learning Results
	Description		
Prácticas externas	Evaluación del tutor de la empresa del trabajo desarrollado por el estudiante	60	A5 B2 C4 D1 B3 C14 D2 B4 C19 D3 B5 C20 D5 C21 D6 C23 D7 C24 D8 C25 D9 C26 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

Other comments on the Evaluation

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	
Basic Bibliography	
Complementary Bibliography	

Recomendaciones

Other comments

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

IDENTIFYING DATA**Market Research**

Subject	Market Research			
Code	V06G270V01802			
Study programme	(*)Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4th	2nd
Teaching language				
Department				
Coordinator	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Lecturers	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
E-mail	pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
General description	Optative subject included in the last course of the degree. Its main goal is to help the student to understand why the decision-taking process (particularly those included in the commercial management) need additional information provided by market researches. Additionally to the why, how to execute this type of investigation will be analyzed: methods, sources, technicians of collected of information, systems of analysis and interpretation of data. The final aim is offering the student the knowledg and skills to perform an activity of this nature.			

Competencies

Code	
B1	
B2	
B3	
B4	
B5	
B6	
C1	(*)CE1. Coñecer e comprender os conceptos fundamentais e a evolución da economía e da actividade empresarial desde unha tripla perspectiva: crecemento económico, cambio estrutural e internacionalización.
C4	(*)CE4. Coñecer os obxectivos, funcións e técnicas instrumentais dos diferentes subsistemas das organizacións, así como as relacións existentes entre eles desde unha perspectiva de enfoque de sistemas.
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.
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.
C11	(*)CE11 Comprender o concepto de calidade, as súas implicacións no desenvolvemento das tarefas e funcións e a súa influencia na reputación comercial, así como saber avaliar e implantar sistemas de xestión e normas de calidade.
C15	(*)CE15. Coñecer e aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para a toma de decisións no ámbito do comercio, así como o deseño e análise de enquisas mediante mostraxe probabilística para a realización de estudos de mercado.
C25	(*)CE25. Saber elixir e aplicar técnicas de investigación social para a análise da realidade co fin de orientar a estratexia comercial dla organización, así como saber avaliar as políticas comerciais.
C26	(*)CE26. Saber empregar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.
D1	(*)CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).
D2	(*)CT2. Habilidades de comunicación a través de internet e manexo das ferramentas multimedia.
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.
D10	(*)CT10. Comprensión de sistemas sociais, organizativos e técnicos.
D11	(*)CT11. Capacidade de adaptación a novas situacións.
D12	(*)CT12. Creatividade.
D13	(*)CT13. Capacidade para asumir responsabilidades e involucrarse no traballo.

D14 (*)CT14. Firmeza, resolución, persistencia e capacidade para traballar baixo presión.

D15 (*)CT15. Compromiso ético no traballo.

D16 (*)CT16. Iniciativa.

D17 (*)CT17. Atención ao detalle, precisión, motivación pola mellora continua.

D18 (*)CT18. Capacidade reflexiva sobre o propio traballo.

Learning outcomes

Expected results from this subject	Training and Learning Results	
Development of working-group skills, communication and defense of proposals elaborated in a market research project	B2	D1
	B3	D2
	B4	D3
	B5	D4
	B6	D5
		D6
		D7
		D8
		D9
		D10
		D11
		D12
		D13
		D14
		D15
		D16
		D17
		D18
Understanding and know how to use the concepts of market research	B1	C1
		C7
		C11
		C15
		C25
To solve complex problems commercial and marketing managers can face	B1	C4
	B2	C6
	B6	C7
		C11
		C15
		C25
	C26	

Contents

Topic

1. The market research role	Concept. Applications. Limitations. Ethical considerations. Types of research. Steps. Sources of information.
2. Exploratory research. Qualitative techniques	Characteristics. Discussion groups. In depth interview. Technical projectives. Observation.
3. Causal and descriptive research. Quantitative techniques	Characteristics. Experimentation. Ad hoc surveys. Periodic surveys.
4. Quantitative investigation	Measurement and properties of the scales. Types of scales: creation and evaluation Design of the questionnaire Sampling: basic concepts Types of analysis of data
5. Preparation of the report	Importance of the report. Structure of the report. Presentation.

6. International markets research	Differentials of the international markets research Methodology and sources of information
7. Social networks and market research	Introduction: the most popular social networks The social networks as source of information Results analysis in social networks: tools

Planning

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Laboratory practises	17	34	51
Master Session	25	0	25
Practical tests, real task execution and / or simulated.	1	15	16
Short answer tests	2	25	27

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies

	Description
Laboratory practises	The practical sessions will generally take place in seminars, occasionally in classrooms of computing. Each session has different aims related to the application of knowledges to different situations, and of acquisition of skills related with the topic of study.
Master Session	Professor's master session. It is recommended to students a prior reading of the material delivered by the professor. It will help the students to follow the explanations, and will let them to actively participate and discuss the questions posed by the professor. The material delivered must be complemented with additional annotations derived of the explanation or of the included bibliography in the sources of information.

Personalized attention

Methodologies	Description
Master Session	Attention to doubts can arise during the sessions or that arose in previous tasks.

Assessment

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Laboratory practises	Assistance, attitude and performance during the practises, reflected especially by means of the delivered exercises.	30	D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18
Practical tests, real task execution and / or simulated.	Partial proof to develop in a master session class, in the middle of the course	35	C1 C4 C6 C7 C11 C15 C25 C26

Short answer tests	Written and individual proof to realise once finalised the teaching. It includes open and short questions on the concepts studied.	35	B1 C1 B2 C4 B3 C6 B4 C7 B5 C11 B6 C15 C25 C26
--------------------	--	----	--

Other comments on the Evaluation

To surpass the matter the student will have to achieve a minimum punctuation of 5 points. The punctuation obtained by the Participation and the realisation and delivery of all the tasks established by the professor keeps in the announcement of June and July of the academic course in force but will not save for successive courses.

Any student that during the course participate in 20% of the proofs of evaluation of the program will not be able to in Any case obtain the qualification of no presented.

The students that can not follow the continuous evaluation will be examined by means of a proof written that will represent At most 60% of the final qualification, and no necessarily will coincide with the one of the rest of the students.

If the evolution of the course make not possible to attend a practical test in the middle of the course, the punctuation included in this section will be evaluated in the final exam.

Sources of information

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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,

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Operational research in the trading company/V06G270V01707

Social research techniques/V06G270V01708

IDENTIFYING DATA				
Economía internacional				
Subject	Economía internacional			
Code	V06G270V01803			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	2c
Teaching language	Castelán			
Department	Economía aplicada			
Coordinator	Castro Fernández, Ana Esther Teixeira Bautista, José Francisco			
Lecturers	Castro Fernández, Ana Esther Teixeira Bautista, José Francisco			
E-mail	teixeira@uvigo.es esther@uvigo.es			
Web				
General description	Economía Internacional é unha materia que se ofrece no segundo semestre do cuarto ano do Grao de Comercio. Consta de 6 créditos ECTS.			

Competencias	
Code	
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos 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.
C1	CE1. Coñecer e comprender os conceptos fundamentais e a evolución da economía e da actividade empresarial desde unha tripla perspectiva: crecemento económico, cambio estrutural e internacionalización.
C3	CE3. Coñecer e saber interpretar a dimensión social da actividade económica, a dinámica das relacións sociais e as distintas realidades culturais que configuran o comercio, a sociedade de consumo e os estilos de vida.
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.
D13	CT13. Capacidade para asumir responsabilidades e involucrarse no traballo.
D17	CT17. Atención ao detalle, precisión, motivación pola mellora continua.

Resultados de aprendizaxe			
Expected results from this subject	Training and Learning Results		
	O alumno é capaz de coñecer a evolución da economía internacional nas últimas décadas	B3 B4	C1 C3
O alumno é capaz de analizar novos problemas cos instrumentos adquiridos		C3	D3 D4 D5
O alumno é capaz de argumentar de modo coherente e intelixible, tanto de forma oral como escrita. Ademais, demostra posuír capacidade de análise e de síntese, de prestar atención ao detalle e de facer un bo traballo.			D3 D4 D13 D17
O alumno é capaz de elaborar informes económicos	B3	C1	D4 D5 D17

Contidos	
Topic	
Introdución á economía internacional	Qué é a economía internacional?
Análise dos ciclos económicos longos	A economía internacional ata a I Guerra Mundial. A economía internacional no período de entreguerras. A economía internacional no período posterior á II Guerra Mundial. A economía internacional da Gran Moderación á Gran Recesión.

Evolución do marco comercial e monetario. A conxuntura económica internacional	Políticas comerciais. Sistemas cambiarios Principais macromagnitudes. Decisións de política económica. Informes de organismos internacionais. Opinións de expertos.
---	--

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	20	25	45
Titoría en grupo	5	10	15
Prácticas de laboratorio	25	60	85
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	5	0	5

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente	
	Description
Lección maxistral	O profesor introduce ao alumnado nos aspectos xerais do programa da materia e desenvolve os conceptos de comprensión máis complexa. Así mesmo proporciona ao alumnado os materiais necesarios para as súas tarefas discentes. Recoméndase ao alumnado que, fora da aula, estude o material entregado.
Titoría en grupo	Clases de resolución conxunta de dúbidas e problemas.
Prácticas de laboratorio	Actividades de aplicación dos coñecementos a situacións concretas e de adquisición de habilidades básicas e procedimentales relacionadas coa materia obxecto de estudo. Desenvólvense en espazos especiais con equipamento especializados (aulas informáticas...)

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Prácticas de laboratorio	As clases prácticas e as titorías en grupo teñen como obxectivo axudar ao alumno a consolidar os coñecementos adquiridos nas clases teóricas. Ademais, permiten aos profesores orientar aos alumnos e resolver as dúbidas que poidan xurdir no proceso de aprendizaxe.
Titoría en grupo	As clases prácticas e as titorías en grupo teñen como obxectivo axudar ao alumno a consolidar os coñecementos adquiridos nas clases teóricas. Ademais, permiten aos profesores orientar aos alumnos e resolver as dúbidas que poidan xurdir no proceso de aprendizaxe.

Avaliación				
	Description	Qualification	Training and Learning Results	
Prácticas de laboratorio	Realización de traballos, exercicios, controis...	40	B3 B4	D3 D4 D5 D13 D17
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	Avaliaranse os coñecementos adquiridos a través das clases teóricas	60	B3 B4	C1 C3

Other comments on the Evaluation

Os alumnos que por razóns xustificadas non poidan asistir ás clases prácticas, terán que demostrar no exame final que adquiriron as competencias asignadas a esta parte da docencia.

As cualificacións obtidas nas clases prácticas gardaranse para a convocatoria extraordinaria.

Os exames realizaranse nas datas oficiais aprobadas polo Decanato. Poden consultarse na páxina web da Escola <http://euee.uvigo.es/es>

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Castro A.E. y Teixeira J.F., **Luces y sombras de las uniones económicas**, RBA, 2017
Krugman P. y Obstfeld, M., **Economía internacional. Teoría y política**, Pearson, 2016

Complementary Bibliography

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.

Recomendacións

Subjects that it is recommended to have taken before

Economía: Economía española e mundial/V06G270V01201

Economía: Macroeconomía/V06G270V01202

Other comments

A asistencia a clase é moi recomendable, salvo causas moi xustificadas de forza maior, para a realización na aula dos traballos prácticos e para a avaliación continua.

IDENTIFYING DATA**Contratación mercantil**

Subject	Contratación mercantil			
Code	V06G270V01804			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	2c
Teaching language				
Department	Dereito privado			
Coordinator	Costas Martínez, María del Carmen			
Lecturers	Costas Martínez, María del Carmen			
E-mail	costascarmen@hotmail.com			
Web	http://faitic.uvigo.es			
General description	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

Code	
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos 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

Expected results from this subject	Training and Learning Results		
	B3	C9	D3
Coñecer as institucións máis relevantes do Dereito da empresa mercantil, adquirindo capacidade para entender e informar sobre os principais aspectos xurídico-empresariais.	B6		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

Topic	
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 obrigas 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 título 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 INVENCIONS, 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 deseño 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

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Prácticas de laboratorio	22	30	52
Lección maxistral	27	25	52
Probas de resposta curta	1	45	46

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Prácticas de laboratorio	Neste tipo de sesións presenciais, propórase a realización de diversas actividades, fundamentalmente o estudo e análise de casos, situacións 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 máis relevantes dos distintos temas que integran o programa da materia explicitado no apartado "contidos"

Atención personalizada

Methodologies	Description
Lección maxistral	
Prácticas de laboratorio	

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
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 propórase 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 C6 D3 B4 C9 D4 B5 C16 D5 B6 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 maxistras, que deberán ser respondidas 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
--------------------------	--	----	-----------	------------------------

Other comments on the Evaluation

Para que a nota obtida na avaliación continua 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 continua se asiste a algunha das prácticas.

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

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

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

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

Bercovitz Rodríguez 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, M^a. Luisa, **Código de Comercio y Leyes complementarias**, Última edición,

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

Recomendacións

Other comments

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

IDENTIFYING DATA**Historia económica e do comercio**

Subject	Historia económica e do comercio			
Code	V06G270V01805			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	2c
Teaching language	Castelán			
Department	Fundamentos da análise económica e historia e institucións económicas			
Coordinator	Vallejo Pousada, Rafael			
Lecturers	Vallejo Pousada, Rafael			
E-mail	vallejo@uvigo.es			
Web				
General description	Estudar o nacemento e evolución do empresario e da empresa como axente económico tomando como referencia a figura do comerciante e o comercio exterior nas economías preindustriais. Explicar a evolución histórica, desde a Revolución Industrial ata a "Terceira Revolución Industrial", do empresario e da empresa en contextos cambiantes. Considerando as respostas na xerencia, organización e estratexias empresarias, tanto no ámbito da produción como no da distribución.			

Competencias

Code	
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos sobre temas relevantes no marco do comercio.
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
C1	CE1. Coñecer e comprender os conceptos fundamentais e a evolución da economía e da actividade empresarial desde unha tripla perspectiva: crecemento económico, cambio estrutural e internacionalización.
C2	CE2. Coñecer as teorías que analizan a intervención do estado en materia económica e os seus instrumentos, así como o concepto de estratexia, a súa tipoloxía e obxeto. Saber vencellar o obxeto e as condicións dos programas de promoción económica coa estratexia e actividades dla organización, así como saber instrumentalos en apoio da estratexia empresarial.
C3	CE3. Coñecer e saber interpretar a dimensión social da actividade económica, a dinámica das relacións sociais e as distintas realidades culturais que configuran o comercio, a sociedade de consumo e os estilos de vida.
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.
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.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociais, organizativos e técnicos.
D13	CT13. Capacidade para asumir responsabilidades e involucrarse no traballo.
D15	CT15. Compromiso ético no traballo.

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results		
Identificar o proceso de crecemento e desenvolvemento económico a longo prazo.	B6	C1 C2 C3	D3 D4 D5 D9 D10 D13 D15
Considerar e analizar os factores e variables económicas e non económicas que infuen no comercio e nas políticas comerciais dos países.	B3 B6	C1 C2 C3 C6	D3 D4 D5 D9 D10 D13 D15

Aprender e comprender o proceso de nacemento e transformación das principais institucións económicas o longo do tempo.	B3 B6	C1 C2 C3 C6	D4 D5 D9 D10 D13 D15
Coñecer e analizar os procesos de aparición, transformación e crise da empresa e dos empresarios.	B3 B6	C1 C2 C3 C6	D3 D4 D5 D9 D10 D13 D15
Comprensión das restricións e do marco de regulación que subxacen nunha economía globalizada	B3 B6	C1 C2 C3 C6	D3 D4 D5 D9 D10 D13 D15

Contidos

Topic	
Tema 2. Primeira globalización (1870-1914).	A Revolución industrial, a empresa industrial e a empresa moderna. Políticas comerciais. A primeira globalización.
Tema 1. O comercio internacional no período preindustrial	Os descubrimentos xeográficos, cambios e dinámica do comercio mundial. As Instituciones económicas e as empresas.
Tema 3. A economía internacional (1914-2014).	O retroceso da globalización no período de entreguerras (1914-1945); O proteccionismo e a desintegración da economía internacional. A idade de ouro do capitalismo e das economías socialistas; A descolonización e os procesos de desenvolvemento (1945-1973).A empresa na segunda revolución tecnolóxica. A segunda globalización e as crisis económicas (1973- 2010); As transformacións nas formas de produción, na organización empresarial, e na lóxística da distribución.

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Actividades introductorias	1.5	0	1.5
Lección maxistral	12	0	12
Seminario	32.5	65	97.5
Debate	4	9	13
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	2	24	26

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Actividades introductorias	Actividades encamiñadas a tomar contacto e reunir información sobre o alumnado, así como a presentar a materia.
Lección maxistral	Sesións dedicadas a ofrecer unha visión xeral de cada un dos temas e que servirán de marco de referencia para os seminarios.
Seminario	Actividades enfocadas a traballar lecturas, previamente distribuídas, sobre os contidos da materia. Estas lecturas son unha peza central no desenvolvemento da materia. Permiten afondar e complementar os contidos das clases teóricas.
Debate	Estas sesións consistirán en discusións entre o alumnado sobre temas relacionados cos contidos. Propondranse temas controvertidos e característicos da historiografía propia da materia. Utilizaranse e desenvolveranse argumentacións baseadas nas lecturas distribuídas previamente polas docentes e/ou ben obtidas na propia búsqueda de información do alumnado.

Atención personalizada

Methodologies Description

Seminario	Actividades orientadas a traballar lecturas, previamente distribuídas, relativas os contidos da materia. As lecturas constituín a peza crave para o desenvolvemento da materia. Permiten afondar e complementar os contidos das clases teóricas.
Debate	Estas sesións consistirán en discusións e controversias xurxidas entre o alumnado sobre os temas relacionados cos contidos. Propóndranse temas suxetos a controversia significativa dentro da historiografía propia da materia. Utilizaranse e desenvolveranse argumentacións baseadas nas lecturas a traballar, previamente distribuídas pola profesora e/ou ben obtidas na propia búsqueda de información do alumnado.

Avaliación

Description	Qualification	Training and Learning Results		
Seminario	40	B3	C1	D3
		B6	C2	D4
			C3	D5
			C6	D9
				D10
				D13
				D15
Debate	10	B3	C1	D3
			C2	D4
			C3	D5
			C6	D9
				D10
				D13
				D15
Probas de resposta longa, Realizaráanse no examen final da materia.	50	B3	C1	D4
de desenvolvemento		B6	C2	D5
			C3	D10
			C6	

Other comments on the Evaluation

A avaliación contida nesta guía docente está dirixida a alumnas e alumnos de **ensinanza presencial**:

1.- Os debates e os seminarios son de asistencia obrigatoria, representan un 10 e un 40%, respectivamente da nota final. Sempre e cando a/o alumna/o obteña un mínimo de 4 no examen final, asista o 95% das sesións de seminario e a todos os debates.

2.- A nota obtida nas debates e seminarios terá vixencia nas convocatorias ás que da dereito a matrícula de cada curso académico.

3.- A cualificación obtida no examen final supondrá o 50% da nota final.

4.- Para o alumnado que renuncia a ensinanza presencial, a avaliación recae sobre o examen final escrito.

5.- As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso 2017-2018 en caso de conflito ou disparidade entre as datas dos exames prevalecerán as sinaladas na páxina web da Escola de Estudos Empresarias.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

Frieden, Jeffrey 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 M^º 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,

Recomendacións

Subjects that it is recommended to have taken before

Economía: Economía española e mundial/V06G270V01201

Economía: Macroeconomía/V06G270V01202

Socioloxía: Socioloxía do consumo/V06G270V01105

Economía internacional/V06G270V01803

Other comments

O contido da esta guía desenvolverase dentro dun marco con certo grado de flexibilidade.

Así mesmo, achegaráselle ao alumnado a información e pautas concretas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo. Utilizaráse a plataforma TEMA en fatic.uvigo.es na que constaran instrucción concretas.

IDENTIFYING DATA**Comercio electrónico: Elementos informáticos**

Subject	Comercio electrónico: Elementos informáticos			
Code	V06G270V01806			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	2c
Teaching language				
Department	Informática			
Coordinator	Vázquez Núñez, Francisco José			
Lecturers	Castelo Boo, Santiago Vázquez Núñez, Francisco José			
E-mail	pvazquez@uvigo.es			
Web				
General description	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

Code	
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

Expected results from this subject	Training and Learning Results	
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	D2
	C26	D18
Conocer y saber aplicar los elementos y herramientas utilizadas en el comercio electrónico	C24	D2
	C26	D18

Contenidos

Topic	
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 electrónico. 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 electrónico. 3.3. Cuestiones éticas, sociales y políticas del comercio electrónico. 3.4 Cuestiones jurídicas 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

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
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

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías	
	Description
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	
Tests	Description
Trabajos y proyectos	Se realizarán 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				
	Description	Qualification	Training and Learning Results	
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 calificarán 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

Other comments on the Evaluation

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

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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-commerce: 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-commerce 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

Other comments

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

IDENTIFYING DATA**Idioma para a comunicación internacional: Inglés**

Subject	Idioma para a comunicación internacional: Inglés			
Code	V06G270V01807			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	2c
Teaching language	Inglés			
Department	Filoloxía inglesa, francesa e alemá			
Coordinator	García de la Puerta, Marta			
Lecturers	García de la Puerta, Marta			
E-mail	mpuerta@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
General description	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 adicarase un módulo á procura de emprego (selección de ofertas, documentos de presentación, modalidades de CV e entrevistas)			

Competencias

Code	
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 ámbito 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 obxecto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.
C26	CE26. Saber empregar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results
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 ámbito 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 obxecto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.	C18
Saber empregar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.	C26

Contidos

Topic

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

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	26	60	86
Prácticas de laboratorio	22	40	62
Actividades introductorias	2	0	2

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Lección maxistral	Presentación de contidos teóricos, discusión sobre os mesmos e instrucións 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 introductorias	Presentación da materia, do sistema de traballo e da avaliación

Atención personalizada

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

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
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	Otras 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

Other comments on the Evaluation

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

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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.html, **Trade show booth etiquette can attract or repel attendees**,

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

Recomendacións

Subjects that it is recommended to have taken before

Idioma para a negociación intercultural: Inglés/V06G270V01505

Other comments

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

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

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

Calquera tipo de plaxio suporá un suspenso.

IDENTIFYING DATA**Idioma para a comunicación internacional: Alemán**

Subject	Idioma para a comunicación internacional: Alemán			
Code	V06G270V01809			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	2c
Teaching language	Alemán Castelán			
Department	Filoloxía inglesa, francesa e alemá			
Coordinator	Barsanti Vigo, María Jesús			
Lecturers	Barsanti Vigo, María Jesús			
E-mail	barsanti@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
General description	(*)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

Code	
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 psicociolóxicos mediante os cales as persoas aprenden, deciden, se comunican, xestionan as súas necesidades e relacións, negocian, mercan, etc. co fin de desenvolver competencias útiles no ámbito persoal e profesional.
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 elegida (inglés, francés ou alemán) co obxeto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.
C26	CE26. Saber empregar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results
(*)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.	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
(*)	C26
(*)	C8
(*)	C18
(*)	C26
(*)	C14

Contidos

Topic	
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 Konjunktiv I: Das Bildung und der Gebrauch. Der Konjunktiv als Ausdruck 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 Konjunktiv 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

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Traballo tutelado	5	0	5
Prácticas de laboratorio	40	0	40
Resolución de problemas	0	90	90
Lección maxistral	10	0	10
Probas de resposta curta	5	0	5

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Traballo tutelado	Traballos tutelados e individuais sobre os temas expostos na aula nas clases teóricas
Prácticas de laboratorio	Sesións de prácticas gramaticales e léxicas con exercicios orais adecuados aos temas expostos nas sesións teóricas.
Resolución de problemas	O alumno realizará exercicios de tipo práctico sobre cuestións gramaticales e léxicas.
Lección maxistral	Exposición teórica de temas gramaticales e léxicos. Actividades complementarias como o coñecemento e bo manexo dos dicionarios monolingües e bilingües e outras ferramentas de aprendizaxe.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Traballo tutelado	Nas horas de traballo autónomo do alumnado
Prácticas de laboratorio	Nas horas de traballo en aula e en grupo

Avaliación

Description	Qualification	Training and Learning Results
Resolución de problemas O alumno realizará exercicios de tipo práctico sobre cuestións gramaticales e léxicas.	25	C7 C8 C14 C18 C26
Probas de resposta curta Exame final escrito	75	C7 C8 C14 C18 C26

Other comments on the Evaluation

A avaliación e a conseguinte cualificación do traballo do alumnado levarase a cabo cun procedemento de avaliación continua de acordo coas porcentaxes descritas máis arriba. O exame final escrito realizarase a última semana de clase. A nota do exame escrito non deberá ser inferior a 4 para optar a superar a materia.

Os alumnos poden renunciar á avaliación continua: para iso presentarán un escrito indicando o seu expreso desexo de renuncia durante o primeiro mes de clase; a avaliación da materia obterana da cualificación alcanzada nun exame único final co total do contido da materia. A nota do exame escrito non deberá ser inferior a 5 para superar a materia.

Convocatoria de XULLO: Exame teórico-práctico escrito dos contidos do curso polo 100% da cualificación. A nota do exame escrito non deberá ser inferior a 5 para superar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Schlüter, Sabine, **Menschen. Deutsch als Fremdsprache Berufstrainer A1**, 2015

Langenscheidt, **Diccionario Moderno Alemán-Español/Español-Alemán**, 2014

Complementary Bibliography

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, M^a José Corvo Sánchez, M^a Jesús Barsanti Vigo, **Diccionario Cuatrilingüe de Marketing y Publicidad: Inglés, Español, Francés y Alemán**, 2009

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

Recomendacións

Subjects that it is recommended to have taken before

Idioma para a negociación intercultural: Alemán/V06G270V01507

IDENTIFYING DATA**Trabajo de Fin de Grado**

Subject	Trabajo de Fin de Grado			
Code	V06G270V01991			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	4	2c
Teaching language	Castellano			
Department	Fundamentos del análisis económico e historia e instituciones económicas			
Coordinator	Riveiro Pérez, María del Mar			
Lecturers	Riveiro Pérez, María del Mar			
E-mail	mriveiro@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
General description	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

Code	
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

Expected results from this subject	Training and Learning Results			
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	B1	C1	D1
A2	B3	C2	D2
A4	B4	C5	D3
	B6	C9	D8
	B7	C13	D15
		C19	D18
		C22	D22
		C24	
		C31	
		C32	

Contenidos

Topic

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Proyectos	0	120	120
Trabajos tutelados	5	10	15
Actividades introductorias	5	10	15

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

	Description
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 darán las pautas para la recopilación y el análisis de las fuentes y la bibliografía.

Atención personalizada

Methodologies	Description
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, así como corregir y revisar la memoria y la presentación oral

Evaluación

Description	Qualification	Training	and Learning Results
Proyectos Realización y presentación del trabajo autónomo del estudiante.	100	B1 B3 B4	D2 D4 D5 D6 D7 D12 D16 D18

Other comments on the Evaluation

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

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Recomendaciones

Other comments

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
