



Facultad de Comercio

GUÍA DOCENTE

GUÍA DOCENTE

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

UBICACIÓN

DIRECCIÓN: CALLE TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

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

FOTOS DEL EDIFICIO CENTRAL DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y DE LA AMPLIACIÓN (EDIFICIO ANEXO A La EEI.)



INSTALACIONES Y SERVICIOS

Puede consultar esta información en la web del centro: <http://www.fcomercio.es>

EQUIPO DECANAL

Equipo Decanal de la Facultad de Comercio

CALENDARIO ESCOLAR

- CALENDARIO ACADÉMICO DEL CURSO DE LA UNIVERSIDAD DE VIGO
- El Calendario del Curso Académico del Grado en Comercio se puede consultar en la página web: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Grado en Comercio

Asignaturas**Curso 3**

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

DATOS IDENTIFICATIVOS**Contabilidad de gestión**

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

Competencias

Código	
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.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D12	CT12. Creatividad.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Nueva	C19	D6
	C20	D8
		D12
		D17

Contenidos

Tema	
TEMA 1. Análisis coste/volumen/beneficio.	<ol style="list-style-type: none"> Objetivo, hipótesis y limitaciones del modelo. Cálculo analítico del punto de equilibrio. Construcción de la representación gráfica del punto de equilibrio. Análisis de sensibilidad. Apalancamiento operativo. Indicadores relacionados con el punto de equilibrio. Casos de multiproducción. Análisis del C-V-B en condiciones de riesgo e incertidumbre.
TEMA 2. La medición del coste y del beneficio en la toma de decisiones a corto plazo. Ingresos y costes relevantes.	<ol style="list-style-type: none"> Introducción. El concepto de coste/ingreso relevante para la toma de decisiones en un horizonte temporal de corto plazo. Factores cuantitativos y cualitativos que inciden en el proceso de toma de decisiones. Ejemplos de aplicación a tópicos de decisión.
TEMA 3. El comportamiento en las organizaciones y centros de responsabilidad (I)	<ol style="list-style-type: none"> Introducción La necesidad de control y la contabilidad de gestión. Aspectos a considerar en el diseño, implantación y utilización de la contabilidad de gestión como instrumento de control. La adaptación de la contabilidad de gestión a la estrategia y a la estructura de la empresa.
TEMA 4. Centros de responsabilidad (II) y centros de beneficios.	<ol style="list-style-type: none"> Introducción. Algunas consideraciones sobre los centros de beneficios. Criterios para medir y controlar al responsable de un centro de beneficios. Resumen

TEMA 5. Precios de transferencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción. 2. Concepto de precio de transferencia. 3. Objetivos de los precios de transferencia. 4. Condiciones a tener en cuenta al establecer un sistema de precios de transferencia. 5. Posibles restricciones para la fijación de precios de transferencia. 6. Métodos para la fijación de precios de transferencia
TEMA 6. El proceso presupuestario.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El proceso presupuestario. 2. Consideraciones en torno al concepto de presupuesto. 3. Presupuesto maestro y presupuestos operativos. 4. Técnicas de presupuestación. 5. El control presupuestario.
TEMA 7. Costes estandar y análisis de desviaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción. 2. Tipos de estándares. 3. Cálculo de desviaciones; Ejemplo. 4. Supuestos.
TEMA 8. Herramientas contables con enfoque estratégico.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La gestión del ciclo de vida. 2. El coste objetivo. 3. La gestión basada en la actividad (ABM) 4. El coste y la reingeniería de procesos. 5. La calidad y el coste. 6. La gestión del coste y la cadena de valor. 7. La gestión del coste medioambiental. 8. Sistemas justo a tiempo.
TEMA 9. Contabilidad para la innovación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. LA EMPRESA MODERNA Y SU GESTIÓN 2. La contabilidad en entornos innovadores; La aplicación de la estrategia Lean en entornos startup. 3. La contabilidad en entornos innovadores; El sistema OKR (objetivos y resultados clave) y la gestión del rendimiento (CFR). 4. Diferencias y similitudes entre la estrategia Lean y el sistema OKR. 5. Conclusiones.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	14	28	42
Presentación	14	28	42
Resolución de problemas	0	21	21
Resolución de problemas de forma autónoma	0	21	21
Trabajo tutelado	21	0	21
Examen de preguntas objetivas	1	0	1
Práctica de laboratorio	2	0	2

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajo tutelado	El trabajo del alumno, en grupo o individual, es tutorizado por el profesor en el horario publicado en la página web del cenro. Esa tutorización (presencial, online o mixta) podrá realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros faitic...) bajo la modalidad de concertación previa. Esas solicitudes de tutorización no presencial se atenderán en el plazo más breve posible.

Presentación La presentación de los ejercicios y del proyecto realizada por los grupos del trabajo es evaluada por el profesor según lo items que se describen en la evaluación.

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Presentación	Valoración del grado de asimilación, claridad expositiva, de síntesis y de presentación de los ejercicios del tema asignado de forma individual o en grupo y de las respuestas dadas a las preguntas del profesor.	27.5	C19 C20	D6 D8 D12 D17
Trabajo tutelado	Valoración de la originalidad, consistencia, entidad y facilidad de uso del modelo desarrollado.	17.5	C19 C20	D6 D8 D12 D17
Examen de preguntas objetivas	Realización de preguntas test o abiertas sobre el tema correspondiente a la sesión y a lo largo del curso. Los errores puntúan en negativo.	17.5	C19 C20	D6 D8 D12 D17
Práctica de laboratorio	Realización de dos exámenes teórico a lo largo del curso (18 ptos.) y un examen práctico al final (19,5 ptos.)	37.5	C19 C20	D6 D12 D17

Otros comentarios sobre la Evaluación

El estudiante tiene derecho a ser evaluado mediante evaluación continua o examen que se celebre en las convocatorias oficiales pero **no a ambas**.

· **Por defecto** se entenderá que **todos** los estudiantes desean cursar la **evaluación continua**. Renunciar requerirá comunicarlo al profesor de la materia mediante email dirigido a jamartin@fcomercio.es antes de la celebración del primer cuestionario de teoría.

EVALUACIÓN CONTINUA.

Consta de 5 items evaluables con diferente ponderación; 2 de ellos que conforman la teoría (35,5% del total) y 3 la práctica (64,5% del total). La ponderación y nota mínima a obtener en cada ítem para superar la materia son:

1. Teoría:

1.1. Cuestionarios de cada uno de los temas del temario: 17,5 ptos. (nota mínima a obtener 5,25)

1.2. Dos cuestionarios de la mitad del temario: 18,0 ptos. (nota mínima a obtener 5,40)

2. Práctica:

2.1. Control de ejercicios a fin de curso: 19,5 ptos. (nota mínima a obtener 5,85)

2.2. Elaboración y presentación de 4 ejercicios (en grupo): 27,5 ptos. (nota mínima a obtener 8,25)

2.3. Elaboración y presentación de proyecto final (en grupo): 17,5 ptos. (nota mínima a obtener 5,25)

Cumpliendo los requisitos de calificación mínima obtenida en cada ítem, el estudiante que no supere la teoría y/o la práctica podrá **recuperarlas en el examen de la convocatoria ordinaria y/o de 2ª oportunidad. No existirá derecho a recuperación si no se obtiene la calificación mínima requerida en evaluación continua.**

La **calificación final** se obtendrá por la **suma ponderada de las notas de teoría y práctica**, obtenidas en evaluación continua y recuperadas en el examen de convocatoria ordinaria y/o de segunda oportunidad, si fuera el caso.

ALUMNOS QUE NO SIGUEN EVALUACIÓN CONTINUA.

Para superar la materia será preciso realizar un **examen teórico/práctico en las fechas de la convocatoria oficial** y tanto en primera como en 2ª convocatoria (2ª oportunidad). **La calificación** se obtendrá, con la **ponderación que se determine, por media de las pruebas de teoría y práctica**

Las fechas de los exámenes oficiales, pueden consultarse en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Alvarez-Dardet Espejo, M^ªC. y Gutierrez Hidalgo, F., **Contabilidad de gestión; profundización en el cálculo del coste y proceso de planificación y control**, 2010,

Horngren, C.T, Datar, S.M. y Foster, G., **Contabilidad de costos; un enfoque gerencial**, 2007,

Donoso Anes, R. y Donoso Anes, A., **sistemas de costes e información económica**, 2011,

AECA, **La contabilidad de gestión como instrumento de control. Dcmt^º nº 2 serie principios de contab. de gestión**, 1990,

AECA, **El proceso presupuestario en la empresa. Dcmt^º nº 4 de la serie principio de contab.de gestión**, 1992,

Anthony, R.N. y Govindarajan, V., **sistemas de control de gestión (10^a edic.)**, 2003,

Drury, C., **Management accounting for business (4^a edit.)**, 2009,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204

Informática aplicada a la gestión comercial/V06G270V01307

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

Contabilidad de costes/V06G270V01401

DATOS IDENTIFICATIVOS**Decisiones de financiación en el comercio**

Asignatura	Decisiones de financiación en el comercio			
Código	V06G270V01502			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 3	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Garrido Valenzuela, Irene			
Profesorado	Cabaleiro Casal, María José Garrido Valenzuela, Irene			
Correo-e	ireneg@uvigo.es			
Web	http://https://fcomercio.uvigo.es/			
Descripción general	Interpretación y toma de decisiones de financiación en todas las posibles modalidades: autofinanciación y financiación externa. Análisis del sistema financiero.. Estimación del coste de las diferentes alternativas financieras			

Competencias

Código	
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.
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.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Adquirir conocimientos acerca de la financiación interna de la empresa, a través de los métodos de autofinanciación.	C6	D1 D3
Adquirir conocimientos acerca de la financiación externa a través de la renta variable.	C6	D1 D3
Adquirir conocimientos acerca de la financiación externa a través de la renta fija.	C6	D1 D3
Conocer las distintas formas de financiación externa bancaria así como capacidad de elección entre las mismas.	C6	D1 D3 D4 D8 D10
Conocer el funcionamiento y composición del sistema financiero español: instituciones y mercados.	C4	D1 D10 D13 D18

Contenidos

Tema	
Tema 1. La FINANCIACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA	1.1. La autofinanciación. 1.2. La autofinanciación y su efecto multiplicador. 1.3. La amortización y su efecto expansivo. 1.4. Amortización técnica y financiera. 1.5. Métodos de amortización técnica y financiera.

Tema 2. La FINANCIACIÓN EXTERNA: Renta variable	2.1. Introducción. 2.2. Financiación externa de la empresa: renta variable. 2.3. Ampliación de capital 2.4. Tipos de emisiones.
Tema 3. La FINANCIACION EXTERNA DE LA EMPRESA: Renta fija.	3.1. Las obligaciones y bonos. 3.2. La rentabilidad, duración y convexidad de un título de renta fija. 3.3. Los pagarés de empresa.
Tema 4. FINANCIACIÓN EXTERNA: PRÉSTAMELOS, CRÉDITOS	4.1. Préstamos. 4.2. Créditos. 4.3. Descuento de efectos comerciales. 4.4. Leasing. 4.5. Factoring. 4.6. Confirming. 4.7. Coste de los recursos utilizados.
Tema 5. ESTRUCTURA FINANCIERA EXCELENTE Y COSTE DE CAPITAL	5.1 Coste de Capital 5.2 Coste de Capital Común 5.3 Coste Ganancias Retenidas 5.4 Coste de Capital de acciones preferentes 5.5 Coste de la Deuda 5.6 Coste de lo Valores descapotables 5.7 Coste medio Ponderado de Capital 5.8 Estructura Financiera optima
Tema 6. SISTEMA FINANCIERO ESPAÑOL: INSTITUCIONES Y MERCADOS FINANCIEROS.	6.1. Introducción al Sistema Financiero. 6.2. Instituciones financieras bancarias. 6.3. Instituciones financieras no bancarias. 6.4. Mercados Financieros

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas con apoyo de las TIC	20	46	66
Lección magistral	27	54	81
Examen de preguntas de desarrollo	2	0	2
Examen de preguntas objetivas	1	0	1

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

Metodologías

	Descripción
Prácticas con apoyo de las TIC	Actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas, y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio, que se realizan en aulas de informática.
Lección magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas con apoyo de las TIC	En las sesiones prácticas el alumno tiene la posibilidad de resolver todas las dudas que surjan en relación con el trabajo que realiza o su trabajo en casa.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Prácticas con apoyo de las TIC	Resolución de varias pruebas durante el curso, en relación con las prácticas realizadas, que serán oportunamente anunciadas	35	C6 D3 D4 D13 D18
Examen de preguntas de desarrollo	Resolución de una prueba escrita presencial, sobre la parte teórica y práctica de la materia, el mismo día que el examen final.	40	C4 D1 C6 D4 D10 D18

Examen de preguntas objetivas	Resolución de una prueba en relación con los conocimientos teóricos adquiridos	25	C4 C6	D1 D3 D4 D8 D10 D13 D18
----------------------------------	---	----	----------	---

Otros comentarios sobre la Evaluación

Sistema de evaluación continua: Se realizarán a lo largo del curso 3 pruebas, con una ponderación de 35% (corresponde a las prácticas en aula informática y deberá asistirse al menos al 80% de las sesiones), 25% (corresponde a un control teórico tipo test) y 40% (corresponde con un examen tradicional escrito con cuestiones teóricas y ejercicios prácticos) respectivamente. La última de estas pruebas tendrá lugar el mismo día que el examen final.

Alternativamente al sistema de evaluación continua, el estudiante podrá optar a ser evaluado con examen final, que supondrá el 100% de la calificación.

Igualmente se podrá optar a ser evaluado con examen que supondrá el 100% de la calificación en la segunda convocatoria.

La evaluación de la convocatoria fin de carrera, consistirá en la resolución de una prueba escrita presencial, sobre la parte teórica e práctica de la materia. En la convocatoria de Fin de carrera, el examen supondrá 100% de la calificación.

Las fechas de los exámenes de la materia podrán ser consultadas en la página web del Grado en Comercio <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Durbán Oliva, S. y otros, **Planificación financiera en la práctica empresarial**, Madrid 2009,

Partal Ureña, A., **Introducción a las finanzas empresariales**, Madrid 2016,

López Lubián, F.; García Estevez, P., **Finanzas en el mundo corporativo. Un enfoque práctico**, Madrid 2005,

Suarez Suarez, A.S., **Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa**, Madrid, 2006,

Pison Fernández, I., **Dirección y gestión financiera de la empresa**, Madrid 2001,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

Contabilidad financiera/V06G270V01301

Decisiones de inversión en el comercio/V06G270V01402

Otros comentarios

LOS CONOCIMIENTOS BÁSICOS DE LAS MATERIAS SEÑALADAS SON IMPRESCINDIBLES PARA UN SEGUIMIENTO NORMAL DE LA MATERIA.

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

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

Asignatura	Planificación de recursos de información integrados			
Código	V06G270V01503			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Sandoval Pérez, María de los Angeles			
Profesorado	Sandoval Pérez, María de los Angeles Sinde Cantorna, Ana Isabel			
Correo-e	sandoval@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia se centra en el estudio de los recursos de información necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa. Se estudia como las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) pueden contribuir a la mejora de la gestión empresarial, analizando las principales aplicaciones que permiten explotar la información y el conocimiento, generados tanto en el interior como en el exterior de la empresa.			

Competencias

Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
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.
C5	CE5. Comprender los objetivos, alcance y valor de la función de aprovisionamiento y distribución comercial, sus interrelaciones con el resto de áreas y su papel como intermediaria de la actividad comercial, con el fin de diseñar estrategias para la provisión y comercialización de bienes y servicios.
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.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Saber analizar la información necesaria para el correcto funcionamiento de la empresa.	B1 B2	C5	D10
Saber utilizar las herramientas informáticas necesarias para la gestión de la información en la empresa		C4 C24	D5

Contenidos

Tema	
Sistemas y tecnologías de información en la empresa.	Conceptos. Estructura y procesos del sistema de información. Tipos de sistemas. Incidencia en la competitividad empresarial.
Almacenamiento de información	Sistemas de gestión de bases de datos. Diseño del modelo de datos. El acceso a los datos almacenados.
Sistemas integrados de gestión (ERP)	Concepto y características de los sistemas integrados de gestión. El mercado de los ERP. Análisis económico y factores clave para la implantación.
Otras aplicaciones de las TIC en el ámbito empresarial.	Gestión de las relaciones con los clientes. Herramientas para el trabajo colaborativo. Sistemas de gestión documental. Herramientas de gestión de procesos. Aplicaciones basadas en dispositivos móviles.

Business intelligence y sistemas de ayuda a la decisión.

Conceptos y herramientas de Business Intelligence. Explotación de la información y cuadro de mando. Herramientas de apoyo a la toma de decisiones.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminario	6	0	6
Trabajo tutelado	4	100	104
Trabajo tutelado	4	0	4
Lección magistral	12	0	12
Prácticas con apoyo de las TIC	22	0	22
Examen de preguntas objetivas	2	0	2

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

Metodologías	
	Descripción
Seminario	Tutorías destinadas a resolver dudas y orientar a los alumnos en la adquisición de las competencias de la materia.
Trabajo tutelado	Aprendizaje autónomo. Lectura y preparación previa de las clases teóricas y prácticas por parte del alumno, con objeto de asimilar los contenidos de la materia y preparación de las pruebas evaluables
Trabajo tutelado	Desarrollo de casos/ejercicios y debate en el aula bajo las directrices y supervisión del profesor.
Lección magistral	Lección magistral participativa, con material de apoyo y medios audiovisuales. El profesor explicará los diferentes temas y puntos que conforman el programa, pero a la vez motivará la participación activa en clase, tratando de intercalar el uso de su palabra con intervalos de diálogo profesor-alumno. Esta participación activa provendrá de dos ámbitos; por un lado, de las posibles dudas o comentarios que pudieran surgir por parte del alumno como consecuencia de la explicación del profesor; por otro, será el propio profesor quien también pueda lanzar preguntas y planteamiento de casos al auditorio, tratando con este elemento dinamizador de conseguir respuestas y generar debate que lleve al enriquecimiento de la exposición.
Prácticas con apoyo de las TIC	Propuesta y/o exposición de casos prácticos con utilización de las herramientas informáticas necesarias.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Seminario	Se establecerá un horario de tutorías durante el tiempo de impartición de la asignatura. También es posible fijar una tutoría fuera de este horario, previa petición y consulta a través del correo electrónico. Las tutorías podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico o videoconferencia a través del despacho virtual) bajo la modalidad de concertación previa.

Evaluación					
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Trabajo tutelado	Realización de un trabajo práctico de diseño de datos, almacenamiento y recuperación de la información	20	B1 B2	C4 C5 C24	D5 D10
Trabajo tutelado	Se controlará la asistencia y participación en las actividades planteadas con el objetivo de presentar y/o comprobar la correcta comprensión de los contenidos de la materia.	10	B1 B2	C4 C5	D5 D10
Prácticas con apoyo de las TIC	Se controlará la asistencia y realización de las tareas planteadas relacionadas con la gestión y explotación de los datos de una empresa.	10	B1 B2	C4 C24	D5 D10
Examen de preguntas objetivas	Preguntas cortas, teóricas y prácticas, sobre los contenidos desarrollados en la materia.	60	B1 B2	C4 C5 C24	D5 D10

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para superar la materia se requiere obtener como mínimo 3 puntos en el examen (puntuado sobre 6).

La puntuación obtenida por la participación así como la realización y entrega de las tareas establecidas por el profesor (trabajos de aula, y prácticas de aula informática), se mantiene en las convocatorias del curso académico en vigor pero NO

se guardará para cursos sucesivos.

El Trabajo práctico (trabajos tutelados) puntúa exclusivamente en la convocatoria en que se presenta. En caso de no superar el examen en la convocatoria de enero, el alumno deberá entregar un nuevo trabajo, junto con el examen, en la convocatoria de julio y en las convocatorias extraordinarias.

Los alumnos que opten por NO seguir la evaluación continua tendrán que presentarse a un examen final en la fecha oficial fijada en el calendario de exámenes y la nota final de la materia será la de dicho examen, valorado sobre 10 puntos. En este caso, los alumnos deben INDICAR EXPRESAMENTE su deseo de no seguir la evaluación continua a principio de curso (durante el mes de SEPTIEMBRE).

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS: 1. Puntualidad. No se permitirá el acceso y salida a clase una vez que el profesor haya entrado en el aula. 2. Solo se permitirá hacer uso de teléfonos móviles durante las sesiones de trabajo cuando el profesor así lo indique. 3. El plagio total o parcial en las actividades entregadas conllevará la invalidación de las mismas. 4. Es imprescindible cuidar la gramática, redacción y ortografía de las actividades entregadas. El incumplimiento de esta norma conllevará la invalidación de las actividades. 5. Para la realización de los exámenes, el alumno deberá presentarse al examen debidamente identificado, con el D.N.I o pasaporte, no siendo válido ningún otro documento. 6. La revisión de exámenes tendrá lugar únicamente en el horario y lugar establecido por el profesor. 7. En caso de incumplimiento de las normas anteriores, el profesor podrá adoptar las medidas que estime oportunas dentro de la legislación vigente.

Las fechas de exámenes deberán ser consultadas en la Página web de la Facultad <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Kenneth C. Laudon & Jane P. Laudon, **Management Information Systems**, 14 edition, Prentice Hall, 2016

Díaz Domínguez, Luis F., **Sistemas de información en la empresa**, Universidad de Alcalá, Servicio de Publicaciones, 2013

Gómez Vieites, Álvaro y Carlos Suarez Rey, **Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial.**, RA-MA Editorial., 2011

Paige B., **Business Driven Information Systems.**, 5ª edition, McGraw-Hill/Irwin, 2016

Valacich, J., **Information Systems Today: Managing the Digital World.**, 6 edition., Prentice Hall, 2013

Curto Díaz, Josep, **Introducción al business intelligence**, Editorial UOC, 2017

Aldana Montes, José Francisco; Baldominos Gómez, Alejandro; García Nieto, José Manuel; González Cab, **Introducción al Big Data**, García-Maroto Editores, S.L., 2016

Valls, Josep Francesc, **Big data: atrapando al consumidor**, Valls, Josep Francesc, 2017

Efrain Turban et al., **Business Intelligence: A managerial approach**, 3ª edition, Prentice Hall -Pearson, 2014

Recomendaciones

Otros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS**Gestión del comercio exterior**

Asignatura	Gestión del comercio exterior			
Código	V06G270V01504			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Monteagudo Cabaleiro, Antonio			
Profesorado	Monteagudo Cabaleiro, Antonio			
Correo-e	antonio.monteagudo@gmail.com			
Web				
Descripción general	<p>Las últimas décadas han sido testigo de un enorme desarrollo de las tecnologías de la comunicación y de la libre circulación de mercancías y capitales, así, las economías han experimentado una fuerte internacionalización. Este hecho ha supuesto para la empresa tanto una oportunidad como un reto. El mercado pasa a ser mundial, y se hace preciso conocer las oportunidades y los riesgos existentes (y la forma de realizar la cobertura de los mismos).</p> <p>El objetivo de esta materia es profundizar en el manejo de los medios de pago internacionales, los medios de contratación, medidas de política comercial, obstáculos al comercio, medidas de fomento de la exportación, gestión aduanera, transporte internacional o los INCOTERMS.</p>			

Competencias

Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C1	CE1. Conocer y comprender los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización.
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.
C13	CE13. Conocer los reglamentos de los impuestos, en particular los que afectan a las transacciones, con el fin de saber cumplimentar las correspondientes declaraciones, así como el régimen jurídico de la obligación tributaria y los procedimientos de aplicación de los tributos, en especial la liquidación, recaudación e inspección.
C14	CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
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.
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.

C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D12	CT12. Creatividad.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D16	CT16. Iniciativa.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
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.	B1 B2 B3 B4 B6	C1 C6 C13 C14 C16 C23 C24 C26
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.	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C1 C6 C13 C14 C16 C23 C24 C26
Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.		D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18

Contenidos

Tema

PARTE I. INTRODUCCIÓN	1.1 Comercio exterior, interior e internacional. Organismos económicos internacionales.
1. Conceptos básicos.	1.2 Las operaciones empresariales internacionales.
	1.3 Teoría simple de la balanza de pagos. La balanza de pagos de España.
2. La compraventa internacional.	2.1 El contrato de compraventa internacional de mercancías.
	2.2 Las condiciones y medios de pago.
	2.3 Términos comerciales de la compraventa internacional (INCOTERMS).
PARTE II. FISCALIDAD Y ASPECTOS CONEXOS	3.1 Los instrumentos de protección: concepto y clasificación. Descripción de los instrumentos más comunes.
3. La protección exterior.	3.2 Regímenes comerciales de importación y exportación.
4. Arancel de aduanas e IVA.	4.1 Concepto y clasificación de los derechos arancelarios.
	4.2 La Nomenclatura Combinada y el TARIC.
	4.3 Procedimientos para determinar el valor en aduana. Despacho aduanero
	4.4 El IVA en las relaciones exteriores
PARTE III. FOMENTO DE LA EXPORTACIÓN	5.1 Organismos y programas de apoyo a la exportación en España.
5. Política de fomento de la exportación.	5.2 Instrumentos arancelarios (tráfico de perfeccionamiento activo).
	5.3 Crédito oficial a la exportación.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	27	17	44
Seminario	22	40	62
Examen de preguntas de desarrollo	2	20	22
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	15	16
Examen de preguntas objetivas	1	5	6

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición de los conceptos teóricos en clases fomentando la participación del alumnado.
Seminario	Actividad enfocada al trabajo sobre un tema específico, que permite ahondar o complementar los contenidos de la materia. Se pueden emplear como complemento de las clases teóricas.

Atención personalizada

Pruebas	Descripción
Examen de preguntas de desarrollo	En el horario de tutorías. Las tutorías podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foro de FAITIC, ...) bajo la modalidad de concertación previa.
Resolución de problemas y/o ejercicios	En el horario de tutorías. Las tutorías podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foro de FAITIC, ...) bajo la modalidad de concertación previa.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Lección magistral	Participación en las clases	5	C1 C13 C14 C16 C23	D4 D6 D7 D11
Seminario	Participación en seminarios	20	B5 C13 C23	D2 D3 D5 D6 D8 D9 D11 D13 D15 D16 D17 D18
Examen de preguntas de desarrollo	Preguntas teóricas	40	C13 C23	D3 D4

Resolución de problemas y/o ejercicios	Casos prácticos y ejercicios	35	C6 C13 C23	D4 D6
--	------------------------------	----	------------------	----------

Otros comentarios sobre la Evaluación

Evaluación continua:

En esta asignatura se sigue el sistema de evaluación continua. No obstante, se puede renunciar explícitamente a la evaluación continua solicitándolo por e-mail al profesorado de la materia, antes del día 1 de noviembre.

El alumnado en evaluación continua está obligado a cumplir unos requisitos:

- Asistir a las clases prácticas (80% mínimo) y realizar las actividades prácticas que se soliciten (habitualmente 1 por clase práctica). Los justificantes de no asistencia se analizarán cada situación en particular.
- Realizar todas las actividades programadas para las prácticas. De este modo, si una alumna o alumno no asistiese a clase (de forma justificada) deberá entregar la/s tarea/s o actividad/s en los 3 días siguientes a la fecha máxima de entrega, no teniendo en cuenta la no asistencia solo para el cálculo del porcentaje de asistencia mínima (80%).
- Aprobar todas las pruebas, prácticas y/o exámenes, es decir, se debe aprobar cada una de las partes principales de la materia (prácticas y examen) por separado, para poder optar a la evaluación continua.
- La calificación final se calculará de la siguiente forma: (nota examen/es) x 0,75 + nota evaluación continua (realización de ejercicios y trabajos, tanto en clase como fuera de clase) x 0,25.

Evaluación tradicional:

Las alumnas y alumnos deben aprobar el examen fijado oficialmente (con una nota mínima de un 5), que será diferente que el examen en evaluación continua.

La materia que entrará para ambos tipos de evaluación (continua y tradicional) para el examen final será tanto la impartida en las clases teóricas como la impartida en las clases prácticas, y todo aquel contenido disponible en Moovi.

Segunda oportunidad:

El alumnado en evaluación continua deberá presentarse al examen oficial de junio/julio siempre y cuando cumpla los demás requisitos de la evaluación continua. En caso contrario pasará automáticamente al sistema de evaluación tradicional.

En el sistema de evaluación tradicional el alumnado deberá superar (5 sobre 10) el examen fijado oficialmente. Dicho examen será diferente del que realice el alumnado en el sistema de evaluación continua.

La materia que entrará para ambos tipos de evaluación (continua y tradicional) para el examen final será tanto la impartida en las clases teóricas como la impartida en las clases prácticas, y todo aquel contenido disponible en Moovi.

Convocatoria fin de carrera:

En esta convocatoria no se aplica el sistema de evaluación continua por lo que los alumnos deberán superar (5 sobre 10) el examen en la fecha fijada oficialmente. Se examinarán tanto de la teoría como de la práctica.

Notas finales:

En todos los sistemas, oportunidades y convocatorias el aprobado es el 50% de la nota máxima posible.

Las fechas de los exámenes se pueden consultar en la página web del centro <https://fcomercio.uvigo.es>

Un comportamiento inadecuado en el aula (se valora la participación y actitud) o el uso inadecuado de los dispositivos móviles pueden afectar negativamente a la calificación final del alumnado.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

GONZÁLEZ LÓPEZ, M.I., MARTÍNEZ, A.I. et al, **Gestión del comercio exterior de la empresa**, Tercera, ESIC, 2014

SÁNCHEZ MUÑOZ, M.P. y LAGUNA, N., **El comercio exterior de España. Teoría y práctica**, Pirámide, 2012

Bibliografía Complementaria

Cámara de Comercio Internacional, **Incoterms 2020: reglas de ICC para el uso de términos comerciales nacionales e internacionales**, 2019

Páginas web recomendadas, www.europa.es,

Páginas web recomendadas, www.comercio.es,

Páginas web recomendadas, www.aeat.es,

Páginas web recomendadas, www.icex.es,

Páginas web recomendadas, www.wto.org,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Marketing internacional/V06G270V01603

Tributación de las operaciones comerciales/V06G270V01605

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Economía: Economía española y mundial/V06G270V01201

Matemáticas: Matemáticas/V06G270V01104

Otros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS**Idioma para la negociación intercultural: Inglés**

Asignatura	Idioma para la negociación intercultural: Inglés			
Código	V06G270V01505			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	González Crespan, María Araceli			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	http://https://moovi.uvigo.gal/course/view.php?id=3101			
Descripción general	Profundización en los aspectos comunicativos comerciales en lengua inglesa, centrados en las negociaciones y los componentes culturales que inciden en la comunicación. Se abordarán las cuatro macrodestrezas comunicativas así como las microdestrezas profesionales, con textos académicos, especializados y auténticos. Entre otros temas, se prestará especial atención a las negociaciones comerciales y a las reuniones de empresa (internas y externas) en un contexto internacional, a los aspectos culturales que afectan a las relaciones comerciales, así como a los elementos básicos del marketing funcional.			

Competencias

Código	
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
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
C3	CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.
C18	CE18. Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.
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.
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.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D12	CT12. Creatividad.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales	A4	B4	D1 D7
Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales		B6	D9 D12
Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.		C3	D9
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.	A4	C18	D1
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.		C23	D7

Contenidos

Tema	
Diversidad cultural y comercio	Cultura en la empresa Contactos interculturales Gestión de conflictos
Reuniones	Presidir una reunión Toma de decisiones Expresar opiniones, interrumpir y clarificar Concluir y cerrar la sesión
Negociaciones	Preparación y objetivos Proceso negociador Aceptación y confirmación Resumen y conclusiones Tipos de negociación, tácticas y estrategias
El mix de marketing	Producto Precio Distribución Promoción Informe y presentación oral

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Lección magistral	26	60	86
Prácticas de laboratorio	22	41	63

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

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Presentación de la materia, del sistema de trabajo y de la evaluación
Lección magistral	Presentación de los contenidos teóricos, discusión de los mismos e instrucciones para los trabajos y ejercicios a realizar
Prácticas de laboratorio	Puesta en práctica de las destrezas comunicativas en inglés en grupos pequeños, a través de actividades individuales, por parejas o en grupo

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	Sesiones en grupos pequeños con énfasis especial en las destrezas orales (comprensión y expresión).

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Lección magistral	1. Prueba escrita y/o oral individual de los temas 1 y 2 a realizar en clase (20%) 2. Prueba final escrita y/o oral individual de todos los temas a realizar en clase (40%)	60	A4	B4 B6	C3 C18 C23	D1 D7 D9 D12
Prácticas de laboratorio	1. Presentación del mix de marketing (10%) 2. Informe del mix de marketing (15) 3. Otras actividades orales en grupo o individuales a determinar. Por ejemplo, simulaciones de reuniones o negociaciones (15%)	40	A4	B4 B6	C3 C18 C23	D1 D7 D9 D12

Otros comentarios sobre la Evaluación

ASISTENTES: La evaluación será continua. Es obligatoria la asistencia al 75% de todas las sesiones presenciales para disfrutar de evaluación continua. La impuntualidad será considerada como no asistencia. Las actividades que la profesora solicite realizar dentro o fuera del aula, con o sin previo aviso, han de ser entregadas puntualmente para ser evaluadas.

El alumnado que no supere la evaluación continua en la primera edición de actas tendrá que hacer un examen en la segunda edición de actas que supondrá el 100% de la calificación final.

NO ASISTENTES: Si alguna alumna o alumno no puede asistir al 75% de las sesiones presenciales **deberá comunicarlo a la profesora argumentadamente al comienzo del curso (en el plazo máximo de dos semanas)**. Este alumnado realizará en la primera edición de actas una prueba final que supondrá el 100% de la calificación final. Si no supera la materia en la primera edición de actas, podrá presentarse en la segunda.

Las fechas oficiales de examen son las que figuran en la página web de la Facultad de Comercio: <https://fcomercio.uvigo.es/>

N.B.: En caso de cualquier tipo de plagio la calificación final será de suspenso.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Robinson, Nick, **Cambridge English for Marketing**, 1st edition, Cambridge University Press, 2010

Sweeney, Simon, **English for Business Communication (Student's Book)**, 2nd edition, Cambridge University Press, 2003

Trappe, Tonya, **Intelligent Business Intermediate**, Pearson Education, 2005

Bibliografía Complementaria

Hughes, John and Andrew Mallett, **Successful Meetings**, 1st edition, Oxford University Press, 2012

Benford, Michael and Ken Thomson, **Trade Matters. English for International Trade**, 1ª edición, Río Press/Richmond, 2018

Lozano Irueste, José María, **Diccionario bilingüe de economía y empresa**, 6ª edición, Pirámide, 2001

Mascull, Bill, **Business Vocabulary in Use. Intermediate**, 2nd edition, Cambridge University Press, 2012

Powell, Mark, **International negotiations**, Cambridge University Press, 2012

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Idioma para la comunicación internacional: Inglés/V06G270V01807

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Idioma comercial: Inglés/V06G270V01304

Otros comentarios

Una bibliografía completa así como los materiales para el correcto seguimiento de la materia se incorporará en la plataforma Moovi.

NOTA INFORMATIVA: Para fomentar la participación en actividades complementarias de interés como visitas a las empresas, charlas, mesas redondas, conferencias, seminarios o similares, organizadas por el centro, la universidad u otras entidades, la asistencia acreditada de las que la profesora indique durante el cuatrimestre podrán tener un reconocimiento en la calificación final de hasta 0,5 puntos. Esta medida sólo será de aplicación para el alumnado que tenga una calificación mínima de APROBADO (5).

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

Asignatura	Idioma para la negociación intercultural: Francés			
Código	V06G270V01506			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a				
Profesorado				
Correo-e				

----- GUÍA DOCENTE NO PUBLICADA -----

DATOS IDENTIFICATIVOS**Idioma para la negociación intercultural: Alemán**

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

Competencias

Código	
C3	CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.
C18	CE18. Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.	C3 C18
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.	C18
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.	C18
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.	C18
Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.	C18 C26
Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).	C18

Contenidos

Tema	
1. Der Genitiv	1. Vorlektion: Lerntipps
2. Das Verb: Präteritum, Perfekt und Plusquamperfekt.	2. Die Zwecke und die Konkurrenzfähigkeit
3. Modalverben.	3. Die Führung
4. Das Nomen: Deklination.	4. Die Finanzierung
5. Präpositionale Strukturen.	5. Anfrage und Angebot

6. Unbestimmte Pronomen.	6. Werbebrief und Nachfassbrief
7. Wechselpräpositionen.	7. Bestellung oder Widerruf und Lieferung
8. Die Pronomen.	8. Zahlung

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	10	0	10
Trabajo tutelado	5	0	5
Prácticas de laboratorio	34	0	34
Resolución de problemas de forma autónoma	0	96	96
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	5	5

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Presentación de contenidos teóricos y de actividades a realizar en el aula
Trabajo tutelado	Resolución de tareas y actividades orales y escritas
Prácticas de laboratorio	Presentación de trabajos, tareas y ejercicios
Resolución de problemas de forma autónoma	Preparación de tareas, trabajos y estudio de contenidos

Atención personalizada

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

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Resolución de problemas de forma autónoma	El alumno realizará ejercicios de tipo práctico sobre cuestiones gramaticales y léxicas.	25	C3 C18 C26
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba de carácter escrito sobre cuestiones gramaticales y léxicas aprendidas en el aula	75	C3 C18 C26

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Los alumnos pueden renunciar a la evaluación continua: para ello presentaran un escrito indicando su expreso deseo de renuncia durante el primer mes de clase; la evaluación de la asignatura la obtendrán de la calificación alcanzada en un examen único final con el total del contenido de la asignatura. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 5 para superar la materia.

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

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

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

Bibliografía Complementaria

Castell, A., **Gramática de la lengua alemana**, 2011

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

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

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

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Idioma comercial: Alemán/V06G270V01306

Otros comentarios

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

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

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

Competencias

Código	
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
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.
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.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados de aprendizaje

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

Capacidad para analizar y evaluar la situación económico-financiera de las sociedades mercantiles.	B2	C4	D1
	B3	C6	D3
	B4	C20	D4
	B5	C24	D5
			D6
			D9
			D11
			D13
			D15
			D18

Contenidos

Tema	
1.El Análisis Financiero	1. Introducción La Información Económico-Financiera Fundamentos Objetivos
2. Los Estados Financieros	2. Balance Cuenta de Resultados Estado de Cambios en el Patrimonio Estado de Flujos de Tesorería Memoria
3. Combinaciones de Negocios y Consolidación de Estados Financieros	3 Introducción Combinaciones de Negocios Formulación de Cuentas Anuales Consolidadas
4. La Opinión de Auditoría	4 Introducción Las Normas de Auditoría El Informe de Auditoría
5. El Análisis Económico-Financiero	5. El Análisis Económico-Financiero Introducción. Instrumentos y Técnicas del Análisis Detección de Prácticas de Distorsión de la Información Financiera Cálculo y Evaluación de la Rentabilidad Cálculo y Evaluación del Riesgo Predicción de la Insolvencia Empresarial y Calificación de Títulos La Calificación de Títulos

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas	22	42	64
Lección magistral	27	56	83
Resolución de problemas y/o ejercicios	3	0	3

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

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas	Actividades en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la asignatura, tanto a nivel teórico como práctico. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de los casos planteados de forma autónoma.
Lección magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Exposición na aula por parte do profesor dos contidos máis relevantes, a partir da base de material docente posto a disposición dos alumnos en plataforma e bibliografía indicada.
Resolución de problemas	Proposta de exercicios prácticos en grupo de laboratorio reducido como complemento da explicación teórica dos contidos da materia. Resolución conxunta cos alumnos e atención personalizada do docente. Resolución de dúbidas aos alumnos e consideración, cando cumpra, de ferramentas informáticas.

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Lección magistral Resolución de una prueba escrita presencial, al final del cuatrimestre, sobre la adquisición de competencias de la materia. Se exige un nivel mínimo obligatorio (5/10) para superar la convocatoria.	25	B2 C4 B3 C6 B4 C20 B5 C24
Resolución de problemas y/o ejercicios Evidencias de aprendizaje a través de un conjunto de actividades propuestas al alumno para consolidar su proceso de aprendizaje durante el curso académico y evaluadas en grupo reducido con carácter voluntario. Evaluación de habilidades de trabajo en grupo y adaptación a entornos de trabajo con especial énfasis en el comportamiento social. Los estudiantes que hayan obtenido más de 4 puntos en cada prueba y cuya nota media sea igual o superior a 5 puntos habrán superado la materia. El examen final permitirá mejorar la nota obtenida en evaluación continua.	75	B2 C4 D1 B3 C6 D3 B4 C20 D4 B5 C24 D5 D6 D9 D11 D13 D15 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para la evaluación de julio los criterios son los mismos que los de la convocatoria ordinaria. Para los no asistentes y/o sin evaluación continua: superación de un examen.

Las fechas de los exámenes oficiales, pueden consultarse en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Crespo, **Información financiera y Análisis de Estados Financieros**, 3ª,

Revsine, Collins, Johnson, **Financial Reporting and Analysis**, 5ª,

Alvarez Melcón y Corona Romero, **Cuentas Anuales Consolidadas**,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Combinaciones de negocios/V06G270V01703

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

Contabilidad financiera/V06G270V01301

Otros comentarios

Imprescindible llevar la asignatura al día

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

Competencias

Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C1	CE1. Conocer y comprender los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización.
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.
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.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Adquirir conocimientos sobre la gestión del Marketing Internacional en un entorno global.	B1 B6	C1 C6 C23

Aplicación de conocimientos y habilidades en la resolución de casos reales de empresas internacionales.	B2 B3 B5 B6	C1 C6 C23 C24 C26
Desarrollo y presentación de un plan de internacionalización para una empresa real.	B2 B3 B4 B5 B6	C6 C23 C24 C26

Contenidos

Tema	
TEMA 1.-INTRODUCCIÓN AL MARKETING INTERNACIONAL.	1.El marketing internacional en la actividad empresarial. 2.El proceso de internacionalización de la empresa.
TEMA 2.- PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN.	1.Estructura y contenido del Plan de Internacionalización. 2.Análisis, diagnóstico y toma de decisiones de la empresa sobre el mercado internacional.
TEMA 3.- ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SELECCIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES	1.Análisis del país y de las características del mercado. 2.Análisis de la información sectorial. 3.Selección de países más favorables. 4.Selección mercados objetivo.
TEMA 4.- ESTRATEGIAS DE ENTRADA EN MERCADOS INTERNACIONALES.	1.Alternativas estratégicas para entrar en los mercados internacionales. 2.Modos de operación indirectos. 3.Modos de operación directos 4.Modos de operación mixtos. 5.Filiales de producción.
TEMA 5.- OFERTA INTERNACIONAL.	1.Estrategia internacional de producto. 2.Diseño del producto internacional. 3.Cálculo de precios internacionales. 4.Elaboración de la oferta.
TEMA 6.- POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.	1.Marca internacional: Arquitectura de marca. 2.Estrategias de marca internacional. 3.Instrumentos de comunicación en el Marketing Internacional

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	24	30	54
Estudio de casos	16	31	47
Aprendizaje basado en proyectos	6	33	39
Actividades introductorias	1	2	3
Examen de preguntas objetivas	2	5	7

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

Metodologías

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

Atención personalizada

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

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Estudio de casos	Se valorará el desarrollo, presentación y entrega de los casos prácticos.	20	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C1 C6 C23 C24 C26
Aprendizaje basado en proyectos	Se valorará el desarrollo, contenido y presentación del Plan de Internacionalización.	30	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C1 C6 C23 C24 C26
Examen de preguntas objetivas	Pruebas que combinan preguntas tipo test y respuesta corta	50	B1 B2 B3 B4 B6	C1 C6 C23 C24 C26

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para seguir la asignatura por evaluación continua el alumnado debe participar como mínimo al 75% de las sesiones prácticas .

En caso de que el alumno/a no siga la evaluación continua, deberá renunciar por escrito durante lo primer mes de docencia de la asignatura.

Los alumnos/las que no sigan la materia por evaluación continua deberán presentarse la el examen oficial establecido por lo Centro en su calendario de exámenes con una puntuación de 0 a 10 y una *ponderación del 70% de la nota final así como la realización y presentación previa la el examen del Plan de Internacionalización de empresa que obtenga una calificación de aprobado (>=5) y que tendrá una ponderación del 30% en la nota final de la materia.

En la convocatoria de segunda oportunidad el alumno/a podrá presentarse al examen oficial establecido por el Centro en su calendario de exámenes con una puntuación de 0 a 10. No obstante, es requisito indispensable para superar la materia la realización del Plan de Internacionalización de empresa que obtenga una calificación de aprobado (>=5).

Las fechas de los exámenes oficiales, pueden consultarse en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

- Aparicio Varas, F, **Manual de comercio electrónico para la internacionalización**, 1ª, ICEX_CECO, 2015
- Arteaga Ortiz,J. Coordinador, **Manual de Internacionalización**, 2ª, ICEX_CECO, 2017
- Bradley,F y Calderón, H., **Marketing Internacional**, 5ª, Pearson-Prentice Hall, 2006
- Cateora, P.R., **Marketing Internacional**, 18ª, Mc.Graw Hill, 2020
- Cerviño, J., **Marketing Internacional: Nuevas perspectivas en un mercado globalizado**, 1ª, Mc. Graw Hill, 2006
- Cerviño, J., **Marcas Internacionales: cómo crearlas y gestionarlas**, 1ª, Pirámide, 2002
- Cerviño, J., **Marketing Sectorial**, 1ª, ESIC, 2008
- Kotler, P. y otros, **Marketing Internacional de lugares y destinos**, 1ª, Pearson-Prentice Hall, 2007
- Llamazares García-Lomas, O., **Plan de Internacionalización para empresas**, Global Marketing, 2017
- Llamazares García-Lomas, O., **Marketing Internacional**, Global Marketing, 2016

Bibliografía Complementaria

- Ortega Gimenez,A., **Plan de Internacionalización Empresarial**, ESIC, 2015
- Roger A. Kerin y Steve W.Harley, **Marketing**, 13ª, Mc.Graw Hill, 2018

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

- Gestión del comercio exterior/V06G270V01504
- Idioma para la negociación intercultural: Inglés/V06G270V01505

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204

Empresa: Principios de gestión responsable/V06G270V01103

Idioma comercial: Inglés/V06G270V01304

Marketing estratégico/V06G270V01403

DATOS IDENTIFICATIVOS**Derecho del trabajo**

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

Competencias

Código	
C12	CE12. Entender la normativa reguladora de las relaciones laborales y de la seguridad social, adquiriendo la capacidad de informar y gestionar en materia de empleo, contratación laboral y riesgos para la salud asociados a las tareas, adquiriendo capacidades y destrezas para la confección de nóminas, cotizaciones sociales y finiquitos.
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.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Ser capaz de aprehender sistemáticamente el ordenamiento jurídico-laboral.	C12	D3 D4
Ser capaz de identificar los problemas jurídicos del Derecho del Trabajo y abordar su solución en una perspectiva interdisciplinar.	C12	D3 D4 D5
Redactar algunos documentos jurídico-laborales básicos, tales como, contratos, cartas de despido, finiquitos..., debiendo estar capacitado, asimismo, para realizar el cálculo de indemnizaciones y liquidaciones por fin de contrato.	C12	D4 D5 D15 D17
Conocer los principios básicos de la contratación laboral y la funcionalidad de sus diferentes tipos.	C12	D4 D5 D6
Capacidad para trabajar individualmente y en equipo.	C12	D3 D4 D8 D9 D15

Contenidos

Tema

PARTE I: INTRODUCCION Y FUENTES.

- TEMA 1. CONCEPTO Y AMBITO APLICATIVO DE LA DISCIPLINA.
1. El trabajo objeto del Derecho del Trabajo: notas configuradoras.
 2. Relaciones excluidas.
 3. Relaciones laborales de carácter especial.

- TEMA 2. FUENTES DEL DERECHO DEL TRABAJO.
1. Legislación estatal.
 2. Normas colectivas.
 3. Legislación supraestatal.
 4. Otras fuentes.
 5. Los principios del Derecho del Trabajo.

PARTE II: LA RELACION INDIVIDUAL DE TRABAJO.

- TEMA 3. EL CONTRATO DE TRABAJO.
1. Concepto.
 2. Capacidad de las partes.
 3. Forma y documentación.
 4. Pactos: prueba, plena dedicación y permanencia.

- TEMA 4. COLOCACION E INTERMEDIACIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO.
1. Servicios públicos de empleo.
 2. Agencias de colocación.
 3. Empresas de trabajo temporal.
 4. Fomento del empleo. Subvenciones y bonificaciones.

- TEMA 5. MODALIDADES DE CONTRATO DE TRABAJO.
1. Contratos indefinidos.
 2. Contratos formativos.
 3. Contratos temporales estructurales.
 4. Otras modalidades de contratación.

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

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

- TEMA 8. EL PODER DE DIRECCION DEL EMPRESARIO Y EL IUS VARIANDI.
1. Clasificación profesional.
 2. Movilidad funcional.
 3. Movilidad geográfica.
 4. Modificaciones sustanciales de las condiciones de trabajo.

- TEMA 9. LA SUSPENSION DEL CONTRATO DE TRABAJO.
1. Concepto y causas.
 2. Causas de suspensión.
 3. Excedencias.

- TEMA 10. LA EXTINCION DEL CONTRATO DE TRABAJO.
1. Concepto y causas.
 2. El despido disciplinario. Causas. Formalidades. Reclamación. Calificación y efectos.
 3. El despido por causas objetivas. Causas. Forma. Calificación y efectos.
 4. El despido colectivo. El procedimiento de regulación de empleo.
 5. Extinciones producidas como consecuencia de un procedimiento concursal.

- PARTE III: DERECHO COLECTIVO DEL TRABAJO. TEMA 11. LIBERTAD SINDICAL. LA REPRESENTACION DE LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA.
1. Contenido esencial del derecho de libertad sindical.
 2. Formas de representación legal de los trabajadores en la empresa.
- TEMA 12. LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA.
1. El convenio colectivo estatutario.
 2. Otros instrumentos convencionales.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos	22	0	22
Lección magistral	27	0	27
Examen de preguntas objetivas	1	41	42
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	0	1
Examen de preguntas de desarrollo	2	56	58

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

Metodologías	
	Descripción
Estudio de casos	Las clases prácticas se dedicarán al debate con el profesor de los supuestos prácticos planteados previamente por éste. Su finalidad es que el alumnado aplique sus conocimientos teóricos de cara a la resolución de casos reales.
Lección magistral	Las sesiones magistrales en las aulas de teoría se dedicarán a la explicación por el profesor de los distintos puntos que integran los contenidos de la asignatura. Su finalidad es suministrar al alumnado una base conceptual suficiente para afrontar los aspectos jurídico laborales en la organización y funcionamiento de la empresa. Esta actividad deberá ser completada por otras que deberá desarrollar personalmente el alumnado, tales como la realización de lecturas recomendadas y aquellas que el profesor indique durante el desarrollo de las sesiones.

Atención personalizada	
Pruebas	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumnado, tanto de la modalidad presencial como semipresencial, podrán resolver dudas sobre algún aspecto de la materia (contenido, trabajo o práctica), así como la atención a sus necesidades y consultas relacionadas con el estudio y / o cuestiones relacionadas con la disciplina, que proporciona orientación, apoyo y motivación en el proceso de aprendizaje.

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Examen de preguntas objetivas	En este apartado se valoran los conocimientos del alumnado a través de dos pruebas tipo test, de 1 punto cada una, por lo que las pruebas tipo test suponen un total de 2 puntos.	20	C12	D5
Resolución de problemas y/o ejercicios	En este apartado se valora la resolución de problemas prácticos planteados por el profesor. Es obligatoria la participación activa para tener por presentada la práctica.	15		D3 D4 D5 D6 D9
Examen de preguntas de desarrollo	En este apartado se valora el resultado obtenido mediante el examen final. La nota máxima que se podrá alcanzar en dicho examen será de 6,5 puntos, de los que 5 puntos corresponderán a la parte teórica y 1,5 puntos a la parte práctica. Para que la nota obtenida por los conceptos correspondientes a la evaluación continua se pueda sumar a la nota obtenida en el examen final, habrá que obtener en cada una de las partes de la prueba una calificación mínima de 4 puntos sobre 10.	65	C12	D3 D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para poder optar a la modalidad de evaluación continua hay que obtener un mínimo de un 4 sobre 10 en cada una de las partes del examen teórico y práctico.

La asistencia y participación activa es obligatoria para tener en cuenta la evaluación continua.

El alumnado que no superen la asignatura en la primera convocatoria de mayo-junio conservarán para el examen de la segunda convocatoria de julio la puntuación obtenida en la evaluación continua (participación, asistencia a la parte práctica más la resolución de los casos prácticos).

El alumnado que no entre en el sistema de evaluación continua más examen final que figura en esta guía, será evaluado sobre 10 puntos en un examen teórico-práctico de formato diferente al de los alumnos que sí han seguido la evaluación continua. 80% teoría - 20% práctica.

En la convocatoria FIN DE CARRERA el alumnado será evaluado en un único examen escrito, de carácter teórico y práctico y que representará el 100% de la nota final. 80% teoría - 20% práctica.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Ramírez Martínez, Juan Manuel; García Ortega, Jesús, **Curso básico de Derecho del Trabajo (para titulaciones no jurídicas)**, Última edición,

Diéguez, Gonzalo; Cabeza Pereiro, Jaime, **Derecho del Trabajo**, Última edición,

Martín Valverde, Antonio; Rodríguez-Sañudo Gutierrez, Fermín; García Murcia, Joaquín, **Derecho del Trabajo**, Última edición,

Alonso Olea, Manuel; Casas Bahamonde María Emilia, **Derecho del Trabajo**, Última edición,

Molero Manglano, Carlos, **Manual de Derecho del Trabajo**, Última edición,

Palomeque López, M.C.; Alvarez de la Rosa, M., **Derecho del Trabajo**, Última edición,

AAVV, **Legislación de normas laborales y de Seguridad Social**, Última edición,

Recomendaciones

Otros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS**Tributación de las operaciones comerciales**

Asignatura	Tributación de las operaciones comerciales			
Código	V06G270V01605			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Derecho público especial			
Coordinador/a	García Freiría, Mónica			
Profesorado	García Freiría, Mónica Muleiro Parada, Luís Miguel			
Correo-e	mogarcia@uvigo.es			
Web	http://https://www.uvigo.gal/es/universidad/administracion-personal/pdi/monica-garcia-freiria			
Descripción general	Los impuestos y el sistema tributario en su conjunto tienen indudables consecuencias en la actividad comercial o empresarial puesto que acompañan todas las fases de una actividad económica: el inicio, el ejercicio de la misma o las ventas que se realizan y, finalmente, el cese o transmisión del negocio. Además, el conocimiento de las consecuencias tributarias de los actos del empresario permite planificar adecuadamente las operaciones y sus costes, así como evitar consecuencias como el pago de multas, intereses o liquidaciones complementarias.			
	La asignatura pretende que el alumnado sea capaz de conocer las obligaciones tributarias que le corresponden y la fiscalidad aplicable a los beneficios de las operaciones empresariales y, sobre todo, del comercio de bienes o servicios.			

Competencias

Código

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia

Resultados de Formación y Aprendizaje

Contenidos

Tema

I.- INTRODUCCIÓN: EL COMERCIANTE ANTE EL SISTEMA TRIBUTARIO.	1.- Los tributos y sus elementos fundamentales. 2.- El sistema tributario estatal. 3.- Los tributos autonómicos que afectan al comercio. 4.- Los tributos locales. El Impuesto sobre Actividades Económicas. 5.- Las obligaciones tributarias formales y de facturación.
II.- RÉGIMEN JURÍDICO-TRIBUTARIO DE LAS RENTAS OBTENIDAS POR LAS OPERACIONES COMERCIALES.	1.- Sujeción al IRPF: hecho imponible y sujeto pasivo. 2.- Las rentas de actividades económicas. 3.- Individualización de rentas. 4.- Criterios de imputación temporal. 5.- La estimación directa normal (remisión). 6.- La estimación directa simplificada. 7.- La estimación objetiva. 8.- Ganancias patrimoniales 9.- Las deducciones. 10.- Los pagados fraccionados y retenciones. 11.- La sujeción al Impuesto sobre Sociedades. 12.- La determinación de la base imponible. Ajustes al resultado contable. 13.- Las operaciones vinculadas. 14.- El tratamiento de los gastos financieros. 15.- La compensación de bases imponibles negativas. 16.- Tipo de gravamen. 17.- Régimen de empresas de reducida dimensión. 18.- Pagos fraccionados.
III.- LA TRIBUTACIÓN DE LAS RENTAS INTERNACIONALES DEL COMERCIANTE.	1.- Los Convenios para Evitar la Doble Imposición Internacional y su relevancia. 2.- El tratamiento de las rentas empresariales internacionales 3.- Deducciones para evitar la doble imposición internacional. 4.- Las rentas obtenidas a través de un establecimiento permanente. 5.- Las rentas obtenidas en España por un no residente.
IV.- LA TRIBUTACIÓN DE LAS OPERACIONES COMERCIALES: IVA.	1.- Ámbito de aplicación. 2.- Hecho imponible. 3.- Concepto de empresario profesional. 4.- Concepto de entrega de bienes y de prestación de servicios. 5.- Devengo. 6.- Lugar de realización del hecho imponible. 7.- Base imponible. 8.- Repercusión. 9.- Tipo impositivo y cuota. 10.- Deducción. 12.- Gestión del impuesto. 13.- Regímenes especiales del IVA.
V.- COMERCIO INTRACOMUNITARIO Y COMERCIO EXTERIOR EN EL IVA.	1.- Adquisiciones intracomunitarias. 2.- Entregas intracomunitarias. 3.- Servicios internacionales. Reglas de localización. 4.- Importaciones. 5.- Exportaciones.

VI.- IMPUESTOS ESPECIALES.

1.- Impuestos especiales de fabricación. Impuesto sobre el alcohol y las bebidas alcohólicas. Impuesto sobre hidrocarburos. Impuesto sobre las labores del tabaco. 2.- Impuesto sobre la Electricidad. 3.- Impuesto sobre determinados medios de transporte. 4.- Impuesto sobre el carbón.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	27	27.5	54.5
Seminario	22	15	37
Aprendizaje-servicio	0	10	10
Examen de preguntas de desarrollo	3	30	33
Resolución de problemas y/o ejercicios	3.5	10	13.5
Observación sistemática	2	0	2

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

Metodologías	
	Descripción
Lección magistral	Exposición por parte del profesorado de los contenidos de la materia objeto de estudio. Exposición de los alumnos de algún tema elegido por el profesor de la materia.
Seminario	Distintas actividades destinadas a trabajar sobre un tema específico, que permiten ahondar o complementar los contenidos de la materia. Y en las que el alumno -ya sea de forma individual o en grupo-, hace una exposición oral y/o escrita sobre un tema propuesto; resuelve casos prácticos aplicando e interpretando el Derecho financiero y tributario; elabora informes jurídicos, etc.
Aprendizaje-servicio	El alumnado podrá participar voluntariamente en actividades tutorizadas de aprendizaje-servicio. La aplicación de esta metodología queda condicionada a su aprobación en la convocatoria ApS 22-23.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Lección magistral	Se atenderán y se resolverán dudas del alumnado respecto de los contenidos, actividades y/o ejercicios que habían sido propuestos para adquirir las competencias perseguidas. Las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico o videoconferencia) bajo la modalidad de concertación previa.
Seminario	Se atenderán y se resolverán dudas del alumnado respecto de los contenidos, actividades y/o ejercicios que habían sido propuestos para adquirir las competencias perseguidas. Las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico o videoconferencia) bajo la modalidad de concertación previa.
Aprendizaje-servicio	Las personas que opten por este sistema contarán con la implicación del profesorado para alcanzar con éxito el objetivo propuesto.

Evaluación		
	Descripción	Calificación Resultados de Formación y Aprendizaje
Aprendizaje-servicio	El alumnado que voluntariamente participe en actividades de aprendizaje-servicio, en el marco de la evaluación continua, será evaluado a través de un dictamen de la actividad entregado. La aplicación de esta metodología queda condicionada a su aprobación en la convocatoria ApS 22-23.	5
Examen de preguntas de desarrollo	Prueba final que consta de dos partes: una práctica escrita (en la que el alumno tendrá que resolver uno o varios casos prácticos), y una teórica escrita (en la que se formularán distintas preguntas sobre el temario de la materia). Para los alumnos que se someten al sistema de evaluación continua esta prueba representará el 70% de su nota final. Para los alumnos que NO se someten al sistema de evaluación continua, su calificación estará integrada por el 70% de la calificación obtenida en el examen teórico escrito y el 30% por la calificación obtenida en el examen práctico escrito, siendo este último diferente al que realicen los alumnos de evaluación continua.	70

Resolución de problemas y/o ejercicios	En los Seminarios se realizarán pruebas de respuesta corta o test exclusivamente a los alumnos que se sometan a evaluación continua. La nota media de los distintos exámenes de respuesta corta constituirán el 20% de la nota final de dichos alumnos.	20
Observación sistemática	Percepción atenta, racional, planificada y sistemática para describir y registrar las manifestaciones del comportamiento del alumnado. Para el estudiantado que no participe en actividades de aprendizaje-servicio este apartado se valorará sobre el 10% de la calificación de la evaluación continua.	5

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

PRIMERA OPORTUNIDAD DE EXAMEN:

1.-Al comienzo de curso, el/la alumno/a deberá manifestar su intención de acogerse al sistema de evaluación continua. A tal fin, los profesores de la materia le proporcionarán un documento que el/la alumno/a deberá cubrir y firmar en un determinado plazo. Los alumnos de evaluación continua asistirán regularmente a clase (en cualquier caso las ausencias no pueden superar el 10% de las clases)

2.- El/la alumno/a que se acoja al sistema de evaluación continua, entregando el citado documento, será evaluado conforme a los criterios que se indicaron más arriba: prueba final (70%), pruebas tipo test (20%) y otras (10%). En la prueba final, el examen de teoría supondrá el 80% de la calificación; y el práctico supondrá un 20% de la calificación. En todo caso, el/la alumno/a deberá alcanzar una calificación mínima de 4 sobre 10 en la prueba final para que se le tengan en cuenta las calificaciones obtenidas mediante el sistema de evaluación continua.

3.- Los/las alumnos/as que NO se sometan a evaluación continua: su calificación estará integrada por el 70% de la calificación obtenida en el examen teórico y el 30% de la calificación obtenida en el examen práctico, siendo este último diferente al que realicen los/las alumnos/as de evaluación continua, en el que se le evaluarán de todas las competencias.

SEGUNDA OPORTUNIDAD DE EXAMEN:

1.- En el examen de junio/julio, el/la alumno/a que se acogió al sistema de evaluación continua sólo realizará una prueba final, que representará el 70% de su calificación final, y que constará de dos partes: una práctica escrita (en la que se resolverá uno o varios casos prácticos, y que supondrá un 20% de la calificación correspondiente a la prueba final) y una teórica escrita (en la que se formularán distintas preguntas sobre el temario de la materia, y que supondrá el 80% de la calificación correspondiente a la prueba final).

2.- Los/as alumnos/as que se sometieron al sistema de evaluación continua conservarán, exclusivamente para la segunda oportunidad de examen, la nota que hubiesen obtenido a lo largo del curso.

3.- Para los/as alumnos/as que NO se sometan a evaluación continua, su calificación final estará integrada por el 70% de la calificación obtenida en el examen teórico, y el 30% de la calificación obtenida en el examen práctico, siendo este último diferente al que realicen los/as alumnos/as de evaluación continua.

4.- Los alumnos que se hayan sometido al sistema de evaluación continua y no hayan superado la prueba final ni en la primera oportunidad de examen, ni en la segunda, se les podrá conservar la nota obtenida a través de dicho sistema en el curso académico siguiente (2021-2022).

ADVERTENCIA ESPECÍFICA PARA LOS/AS ALUMNOS/AS QUE CONCURRAN A LA CONVOCATORIA DE FIN DE CARRERA: En el examen de Fin de Carrera no se tendrá en cuenta la nota de evaluación continua que el alumnado, en su caso, hubiese obtenido en el curso académico anterior. Su nota final, en esta convocatoria, estará integrada por el 70% de la calificación obtenida en el examen teórico y el 30% de la calificación obtenida en el examen práctico. El examen de Fin de Carrera se realizará en la fecha, lugar y hora especificados en el calendario oficial aprobado a tal efecto por la Junta de Facultad.

ADVERTENCIA ESPECÍFICA PARA LOS/AS ALUMNOS/AS QUE SOLICITEN SER EXAMINADOS POR TRIBUNAL (SOLO PARA ALUMNADO QUE SE ENCUENTRE EN 4ª MATRÍCULA Y SIGUIENTES): El examen constará de dos partes (práctica y teórica) y será escrito. Las fechas y horarios de las diferentes oportunidades de examen son las especificadas en el calendario de

Fuentes de información

Bibliografía Básica

PÉREZ ROYO, F (DIRECTOR), GARCÍA BERRO, F., PÉREZ ROYO, I., ESCRIBANO, F., CUBERO TRILLO, A., CARRASC, **Curso de Derecho Tributario. Parte especial**, última edición, Tecnos,

Código Tributario, última edición, Thomson-Reuters Aranzadi,

MERINO JARA, I. Y LUCAS DURÁN, M. (Y OTROS), **Derecho Tributario. Parte Especial**, última ed., Tecnos,

Legislación básica del Sistema tributario Español, última ed., Tecnos,

MALVAREZ PASCUAL, LA; RAMIREZ GOMEZ, S.; SANCHEZ PINO, AJ., **Régimen Fiscal de la Empresa**, última edición, Tecnos,

Bibliografía Complementaria

CAZORLA PRIETO, LM.; CHICO DE LA CÁMARA, P., **Introducción al sistema tributario español**, última ed, Aranzadi,

CAYON GALIARDO, A.; TEJERIZO LOPEZ, JM.; MARTÍN QUERALT, J., **Manual de Derecho Tributario. Parte Especial**, última ed., Aranzadi,

MALVAREZ PASCUAL, LA; RAMIREZ GOMEZ, S.; SANCHEZ PINO, AJ., **Lecciones del sistema fiscal español**, última ed., Tecnos,

MELLADO BENAVENTE, F.; ARGENTE ALVAREZ, J., **MANUAL PRÁCTICO SOBRE EL IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES**, Última Edición, CISS KLUWER,

BARREIRO CARRIL, MC., **Los impuestos directos y el Derecho de la Unión Europea. La armonización realizada por el TJUE**, IEF, 2012

RAMOS PRIETO, J. (Coordinador), **Erosión de la Base Imponible y traslado de beneficios: estudios sobre el plan BEPS de la OCDE**, Thomson-Reuters, Aranzadi, 2016

PITA GRANDAL, A.M (Coordinadora), **Estudios sobre la Financiación de los Puertos**, Marcial Pons, 2017

RAMOS PRIETO, J.; HORNERO MÉNDEZ, J.M., **Derecho y Fiscalidad de las Sucesiones Mortis Causa en España: una perspectiva multidisciplinar**, Thomson-Reuters Aranzadi, 2016

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Responsabilidad penal y administrativa en el ámbito financiero-tributario/V08G081V01943

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Derecho mercantil II/V08G081V01702

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Régimen fiscal de la empresa/V06G270V01405

Derecho civil I. Obligaciones y contratos/V08G081V01301

Derecho civil II. Derechos reales/V08G081V01404

Derecho civil III. Familia y sucesiones/V08G081V01501

Derecho financiero y tributario I/V08G081V01603

Derecho mercantil I/V08G081V01502

DATOS IDENTIFICATIVOS**Estrategia empresarial y gestión de ayudas**

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

Competencias

Código	
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
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.
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.
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.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto. Saber vincular el objeto y condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.	A5	B2	C2 C23	D5
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.		B1 B2	C4	D5
Conocer los recursos informativos, financieros y de servicios disponibles para el apoyo a la internacionalización de la empresa	A5	B1	C2 C23	D5
Capacidad para realizar diagnósticos y tomar decisiones empresariales		B1 B2	C2 C4	D5

Contenidos

Tema

TEMA 1: ESTRATEGIA EMPRESARIAL	El proceso de planificación empresarial Concepto de estrategia y su vinculación con la ventaja competitiva Tipos de estrategias. Impulsores, frenos y condiciones de aplicación
TEMA 2: LA IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA	El sistema de planes: coherencia temporal y funcional El Plan Operativo anual: planes operativos y de capital. Presupuestos, previsiones de tesorería y estados financieros previsionales
TEMA 3: INTRODUCCIÓN A LA PROMOCIÓN ECONÓMICA	La promoción económica como instrumento de política económica La promoción económica como vínculo entre política económica y la estrategia empresarial Clasificación de los programas de promoción económica Las fases de los proyectos: información, planificación, ejecución y control El marco legal: la Ley 38/2003 de 17 de noviembre y Ley 9/2007 de 13 de junio
TEMA 4: LOS PROGRAMAS PÚBLICOS DE APOYO A LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL	Programas públicos de apoyo al crecimiento interno de la empresa: ayudas a la internacionalización, a la inversión, al acceso a la financiación, etc. Programas públicos de apoyo al crecimiento externo de la empresa: ayudas a la cooperación empresarial, a la integración vertical y horizontal, etc. Programas públicos de apoyo a la mejora competitiva: investigación e innovación, diagnóstico competitivo, implantación de sistemas de gestión, comercialización; formación y sistemas de información, calidad, gestión medioambiental, eficiencia energética, etc. Programas públicos de apoyo al emprendimiento empresarial y a la contratación de personal

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas	22	0	22
Lección magistral	27	0	27
Examen de preguntas de desarrollo	1	57	58
Examen de preguntas objetivas	1	40	41
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	0	2

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

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas	Resolución, por parte del profesor o/y de los alumnos, de problemas, o ejercicios, en presencia del profesor de la asignatura. Bajo modalidades de docencia distintas de la presencial (on line o mixta), esta metodología se adaptará a dicha modalidad mediante el apoyo de campus remoto, fatic, etc.
Lección magistral	Exposición, por parte del profesor de la asignatura, de conceptos, ejemplos, casos, ejercicios, etc. Bajo modalidades de docencia distintas de la presencial (on line o mixta), esta metodología se adaptará a dicha modalidad mediante el apoyo de campus remoto, fatic, etc.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Explicación de contenidos teóricos y prácticos de la asignatura por parte del profesor. Bajo modalidades de docencia distintas de la presencial (on line o mixta), esta metodología se adaptará a dicha modalidad mediante el apoyo de campus remoto, fatic, etc.
Resolución de problemas	Resolución de casos planteados por el profesor, bien por parte de éste, bien por parte del alumno con la supervisión o apoyo del profesor. Bajo modalidades de docencia distintas de la presencial (on line o mixta), esta metodología se adaptará a dicha modalidad mediante el apoyo de campus remoto, fatic, etc.
Pruebas	Descripción

Examen de preguntas de desarrollo	Pruebas de aprendizaje de contenidos teóricos y resolución de casos. ajo modalidades de docencia distintas de la presencial (on line o mixta), esta metodología se adaptará a dicha modalidad mediante el apoyo de campus remoto, fatic, etc.
Examen de preguntas objetivas	Pruebas de evaluación de contenidos teóricos. Bajo modalidades de docencia distintas de la presencial (on line o mixta), esta metodología se adaptará a dicha modalidad mediante el apoyo de campus remoto, fatic, etc.

Evaluación			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Examen de preguntas de desarrollo	La nota obtenida en el examen de la asignatura conformará hasta el 100% de la calificación de la asignatura. Los temas vinculados con la planificación estrategia y la promoción económica se evaluarán mediante preguntas de desarrollo o tipo test	35	A5 B1 C2 D5 B2 C4 C23
Examen de preguntas objetivas	La nota obtenida en el examen de la asignatura conformará hasta el 100% de la calificación de la asignatura. Los temas vinculados con la planificación estrategia y la promoción económica se evaluarán mediante preguntas de desarrollo o tipo test	15	A5 B1 C2 D5 B2 C23
Resolución de problemas y/o ejercicios	La nota obtenida en el examen de la asignatura conformará hasta el 100% de la calificación de la asignatura. Se planteará un caso de planificación operativa que sumará hasta el 50% de la nota final	50	

Otros comentarios sobre la Evaluación

El examen consistirá en una parte teórica sobre los contenidos de la asignatura (estrategia y promoción económica), y la resolución de un caso o ejercicio sobre planificación operativa.

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

Evaluación continua:

En función del desarrollo del curso el profesor podrá proponer trabajos, prácticas o pruebas parciales que complementen la nota del examen o eximan de su evaluación en el examen final.

Calendario de exámenes:

Primera convocatoria: 2/6/2023 11.30 h. Anexo 2

Segunda convocatoria: 30/6/2023 11.45 h. Anexo 2

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Cabanelas Omil, José, **Dirección de Empresas**, 1997,

garcía de Viedma Lapetra, Bosco, **Tramitación de Subvenciones Públicas**, 2006,

Lorenzo Paniagua, Javier, **Notas Técnicas de la asignatura**, 2012,

Navas López, J.E. y Guerras Martín, L.A., **La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones**, 5ª edición, 2015,

Pascual García, José, **Las Subvenciones Públicas. Legislación comentada, formularios y procedimientos**, 2009,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

Empresa: Principios de gestión responsable/V06G270V01103

Decisiones de inversión en el comercio/V06G270V01402

Decisiones de financiación en el comercio/V06G270V01502

Derecho del trabajo/V06G270V01604

Otros comentarios

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

La lista anterior es orientativa aunque no exclusiva y no es imprescindible haberlas superado. Pero los profesores asumen que los alumnos de tercer curso cuentan con los conocimientos previos necesarios para superar las materias de dicho curso.

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 o por la relevancia de las situaciones que pudiesen surgir. Asimismo, se aportará al alumno la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.
