



E. U. de Estudios Empresariales

GUÍA DOCENTE

CURSO 2017/18

GUÍA DOCENTE

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

UBICACIÓN

DIRECCIÓN: CALLE TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

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

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



COMO LLEGAR A LA ESCUELA DE EMPRESARIALES



INSTALACIONES Y SERVICIOS



EQUIPO DIRECCIÓN

DIRECTORA

D.ª CONSUELO CURRAS VALLE

SECRETARIA

D.ª MARÍA JESÚS BARSANTI VIGO

SUBDIRECTORA DE RELACIONES EXTERNAS Y ALUMNADO

D.ª Mª DEL MAR RIVEIRO PÉREZ

SUBDIRECTORA DE INTERCAMBIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES

D.ª ARACELI GONZÁLEZ Crespán

SUBDIRECTOR DE ORGANIZACIÓN ACADÉMICA

D. EMILIO GARCÍA ROSELLÓ

CALENDARIO ESCOLAR 2017-2018

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

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

Grado en Comercio

Asignaturas

Curso 2

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
V06G270V01301	Contabilidad financiera	1c	6
V06G270V01302	Derecho mercantil	1c	6
V06G270V01303	Muestreo aplicado a la investigación de mercados	1c	6
V06G270V01304	Idioma comercial: Inglés	1c	6
V06G270V01306	Idioma comercial: Alemán	1c	6
V06G270V01307	Informática aplicada a la gestión comercial	1c	6
V06G270V01401	Contabilidad de costes	2c	6
V06G270V01402	Decisiones de inversión en el comercio	2c	6
V06G270V01403	Marketing estratégico	2c	6
V06G270V01404	Gestión de aprovisionamientos y distribución comercial	2c	6
V06G270V01405	Régimen fiscal de la empresa	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS**Contabilidad financiera**

Asignatura	Contabilidad financiera			
Código	V06G270V01301			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Saez Ocejo, José Luis			
Profesorado	Saez Ocejo, José Luis			
Correo-e	jocejo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Esta asignatura continúa con el proceso empezado en "Fundamentos de Contabilidad" que se impartió en el 1º Curso del "Grado de Comercio" en el 2º cuatrimestre, por tanto una vez dominados los fundamentos metodológicos de la Contabilidad, las herramientas de la técnica contable y las normas de valoración elementales, se profundiza en las normas de elaboración de la información contable plasmada en las cuentas anuales, con el objeto de que éstas se conviertan en un instrumento útil a la hora de tomar decisiones en el ámbito empresarial de una forma coherente y fiable.			

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.
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.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D12	CT12. Creatividad.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Capacitar al estudiante para buscar información, analizar, interpretar, sintetizar y transmitir la información contenida en las cuentas anuales	B1	C4	D1
	B2	C6	D5
	B3	C20	D6

Capacitar al alumnado para el trabajo en grupo, a través de la reflexión sobre el propio trabajo	B5	C24	D4 D8 D12 D18
Capacitar al alumnado en el aprendizaje, trabajo autónomo, planificación y organización del trabajo	B5	C24	D3 D12 D18

Contenidos

Tema	
1. Problemática contable del activo no corriente no financiero: inmovilizado material, inversiones inmobiliarias e inmovilizado intangible	Concepto y definiciones. Normas de valoración. Tratamiento contable. Arrendamientos financieros. Situaciones especiales
2. Problemática contable de las inversiones financieras.	Concepto y definiciones. Clasificación. Normas de valoración. Tratamiento contable. Situaciones especiales
3. Problemática contable de las fuentes de financiación propias: patrimonio neto y fondos propios	Concepto y definiciones. Clasificación. Normas de valoración. Tratamiento contable. Aplicación de resultados y aspectos contables derivados de la personalidad jurídica de la empresa. Otros casos particulares.
4. Problemática contable de las fuentes de financiación ajenas	Concepto y definiciones. Clasificación. Normas de valoración. Tratamiento contable. Situaciones especiales
5. Problemática contable de ingresos plurianuales, provisiones y otras normas de valoración	Introducción. Introducción. Concepto y definiciones. Subvenciones y donaciones. Provisiones. Casos particulares: otras normas de valoración.
6. Cuentas anuales	Cuentas anuales . Normativa de elaboración. Otros estados contables.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	10	21	31
Trabajos tutelados	2	13	15
Sesión magistral	28	17	45
Pruebas de respuesta corta	4	20	24
Otras	5	30	35

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

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	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 problemas y/o ejercicios de forma autónoma.
Trabajos tutelados	El/los estudiante/s, de manera individual o en grupo, elaboran un trabajo sobre la temática de la materia o prepara seminarios, investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc. Generalmente se trata de una actividad autónoma de/de los estudiante/s que incluyen la búsqueda y recogida de información, lectura y manejo de bibliografía, redacción...
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Consistirá en la realización de ejercicios o problemas realizados por el alumno de forma autónoma y posteriormente corregidos y analizados en las clases prácticas, al objeto de ir consolidando los conocimientos teóricos aprendidos

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	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 problemas y/o ejercicios de forma autónoma.	5	B1 C6 D3 B3 C20 D6 D8

Pruebas de respuesta corta	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas directas sobre un aspecto concreto. Los alumnos deben responder de manera directa y breve en base a los conocimientos que tienen sobre la materia. Estas pruebas surgen de los Trabajos tuelados realizados	5	B2	C24	D1 D4 D5
Otras	El alumno realizará dos pruebas de la materia, de contenido teórico-práctico, siguiendo el proceso de evaluación continua	90	B5	C4	D4 D12 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

Aquellos alumnos que sigan el proceso de evaluación continua, deberán presentarse obligatoriamente a dos pruebas sobre los contenidos teórico-prácticos de la materia, obteniendo para poder superar la misma una calificación mínima de 5. Si superan ambas pruebas estarán eximidos de la realización de una prueba final según lo previsto en el calendario oficial. La calificación final se obtendrá del proceso de evaluación anteriormente descrito en la presente guía. Aquellos alumnos que no sigan la evaluación continua, tendrán derecho a examinarse de la materia en un examen final en las fechas establecidas por el centro, con una puntuación de 0 a 10 puntos, debiendo obtener una calificación mínima de 5. Los alumnos que concurran a la segunda convocatoria (julio) deberán realizar el examen oficial final de la materia en la convocatoria extraordinaria establecida por el centro, con una puntuación de 0 a 10 puntos, debiendo obtener una calificación mínima de 5. Si han seguido durante el curso el proceso de evaluación continua, la calificación final se obtendrá del proceso de evaluación anteriormente descrito en la presente guía. Aquellos estudiantes que no siguieron el proceso de evaluación continua, igualmente realizarán la prueba debiendo obtener una calificación mínima de 5, en una escala de puntuación de 0 a 10.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

José Luis Saéz Ocejo, **Antología del disparate contable (Con solucionario)**, 1ª, Andavira,

ICAC, **Plan General de Contabilidad y de PYMES. R.D. 1514/2007 y R.D. 1515/2007 y adaptación al R.D. 1159/2010**, 11ª, Pirámide,

Bibliografía Complementaria

J.M. Maside, S.Cantorna, R.Vidal y M.A. Alvarez, **Contabilidad Financiera. Teoría y práctica del Plan General de Contabilidad**, 1ª, Andavira,

Elisabeth Bustos Contell, **Matemáticas financieras en el nuevo PGC**, 2ª, Pirámide,

J.M. Gutierrez Viguera y A. Couso Ruano, **Supuestos contables resueltos en base al Plan General de Contabilidad**, 2ª, Ra-Ma,

J.Luis Wanden-Berghe y E. Fernández, **Contabilidad Financiera II**, 1ª, Pirámide,

F. Azcárate Llanes, y M. Fernández Chulián, **Operaciones contables avanzadas**, 1ª, Pirámide,

A. Socías Salvà, P. Horrach Rosselló, R. Herranz Bascones, G.Jover Arbona y A. Llull Gilet, **Contabilidad Financiera. El Plan General de Contabilidad (4ª edición)**, 4ª, Pirámide,

S. Cantorna Agra y otros, **Contabilidad financiera: Casos prácticos resueltos y comentados**, 1ª, Andavira,

J.Romano Aparicio; Á.González y M. Cervera, **Contabilidad Financiera**, 3ª, CEF,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

DATOS IDENTIFICATIVOS**Dereito mercantil**

Asignatura	Dereito mercantil			
Código	V06G270V01302			
Titulación	Grao en Comercio			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimstre
	6	OB	2	1c
Lengua Impartición				
Departamento	Dereito privado			
Coordinador/a	Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
Profesorado	Costas Martínez, María del Carmen Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
Correo-e	victoria.picatoste@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	Dereito mercantil é unha materia que se imparte no primeiro cuatrimstre do segundo curso do Grao en Comercio. Nela examínase, dende unha perspectiva xurídica, a figura do empresario no mercado; o seu estatuto xurídico, formas de orgaización xurídica e as normas que rixen a súa actuación no mercado. Estes coñecementos permitirán ao alumnado apreciar que o mercado é un espazo regulamentado por normas xurídicas, onde actúan suxeitos que teñen dereitos e asumen obrigas exixibles ante os tribunais.			

Competencias

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

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Coñecer e entender a normativa básica reguladora da empresa e empresario mercantís nos seus distintos desenvolvementos, identificando os suxeitos que posúan a dita cualidade aos efectos da determinación das distintas esferas de responsabilidade na súa actuación no mercado.	B3	C6	D3
	B4	C9	D4
	B6		

Coñecer o marco legal da actuación dos empresarios no mercado, de xeito que se saiba inserir e delimitar o ámbito da mesma dentro do ordeamento xurídico vixente.	B6	C9 C16	D3 D4 D5 D6 D18
Saber xestionar e aplicar os requirements legais da empresa mercantil, así como a selección e interepretación aa documentación básica relativa á mesma, coñecendo as particularidades propias dos distintos tipos de sociedades mercantís, adquirindo capacidade para informar e argumentar sobre todas as ditas cuestións.	B3 B4 B5 B6	C9	D3 D4 D5 D6 D7 D8 D15 D18
Manexar, procesar, interpretar e avaliar a información, documentación e demais instrumentos de orde xurídico que se xere nos diferentes contextos e actividades do comercio.	B3	C9 C16	D3 D4 D5 D6 D7 D9 D13 D15 D18
Saber manexar e acceder ás fontes de coñecemento básico no ámbito xurídico, tanto en soporte papel coma informático, así coma enxergar e saber emplear a terminoloxía xurídica utilizadas a cotío no ámbito do tráfico mercantil.	B3	C9 C16	D5 D17 D18

Contidos

Tema	
Tema 1: Introducción á normativa mercantil.	1.1. Introducción á normativa mercantil. 1.2. Fontes do Dereito Mercantil.
Tema 2. O empresario mercantil.	2.1. Empresa e empresario. 2.2. O empresario individual. 2.3. Publicidade rexistral e contabilidade do empresario. 2.4. Os colaboradores do empresario
Tema 3. Propiedade industrial e competencia.	3.1. As creacións industriais. 3.2. Os signos distintivos da empresa. 3.3. O Dereito de competencia desleal. 3.4. O dereito de defensa da competencia. 3.5. A protección contra a publicidade ilícita.
Tema 4. Introducción ás sociedades mercantís.	4.1. Teoría xeral das sociedades mercantís. 4.2. As sociedades personalistas
Tema 5. A sociedade anónima (I).	5.1. Concepto e principais características. 5.2. O capital social. 5.3. Fundación da sociedade. 5.4. A acción.
Tema 6. A sociedade anónima (II).	6.1. A xunta xeral de accionistas. 6.2. Ó órgano de administración. 6.3. As contas anuais. 6.4. A modificación dos estatutos.
Tema 7. A sociedade de responsabilidade limitada (I)	7.1. Concepto e principais características. 7.2. Fundación. 7.3. A participación social. 7.4. A transmisión das participacións sociais.
Tema 8. A sociedade de responsabilidade limitada (II).	8.1. A xunta xeral de socios. 8.2. O órgano de administración. 8.3. As contas anuais. 8.4. A modificación dos estatutos. 8.5. A sociedade limitada da Nova Empresa.
Tema 9. A disolución das sociedades de capital. As transformacións estruturais das sociedades de capital.	9.1. A disolución e liquidación da sociedade anónima e da sociedade limitada. 9.2. A transformación de sociedades. 9.3. A fusión. 9.4. A escisión. 9.5. A cesión global de activo e pasivo.
Tema 10. Contratos mercantiles e Títulos valores.	10.1. Introducción aos contratos mercantiles. 10.2. Tipoloxía dos contratos mercantiles. 10.3. Introducción aos títulos valores.

Tema 11. A crise económica do empresario.	11.1. A insolvencia empresarial. Os procedementos concursais.
	11.2. A declaración de concurso.
	11.3. Determinación das masas activa e pasiva.
	11.4. As solucións do concurso e a terminación do procedemento.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminario	4	10	14
Prácticas de laboratorio	18	20	38
Lección maxistral	29	45	74
Probos de resposta curta	1	23	24

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Nas sesións de prácticas de seminario desenvolveranse as seguintes actuacións: fornecer aos alumnos da orientación necesaria para a realización en grupo e baixo a titoría do profesor dos traballos que se lles encomende; a entrega polo alumno do devandito traballo por escrito e a súa exposición oral; o seguemento polo profesor dos coñecementos adquiridos polo alumno e a resolución das dúbdidas que se lle prantexen.
Prácticas de laboratorio	Nas prácticas de laboratorio plantexaranse polo profesor supostos prácticos que deberán ser resoltos polo alumno, ben de xeito guiado ou ben de xeito autónomo. Tamén procederáse á contestación escrita polo alumno de cuestionarios de distinto formato relativos á materia explicada nas sesións maxistrais. No seu caso, procederáse asimesmo ao estudo de casos e análise de situacións presentadas polo profesor e coa participación dos alumnos.
Lección maxistral	As sesións maxistrais nas aulas de teoría adicaránse á explicación polo profesor dos distintos puntos que integran os contidos da asignatura. A súa finalidade é a de fornecer ao alumno dunha base conceptual que lle permita desenvolverse axeitadamente ao afrontar os aspectos xurídicos da organización e dinámica da empresa. Para elo, esta actividade deberá ser completada por outras coma a realización de casos prácticos, elaboración de traballos, lecturas recomendadas, etc.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	
Prácticas de laboratorio	

Avaliación

	Descrición	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Seminario	Os alumnos deberán presentar un traballo por escrito proposto polo profesor e defendelo mediante a súa exposición oral. Avaliaráse a estrutura e contido do traballo escrito; a claridade e capacidade de síntese na exposición oral; en xeral, o grao de comprensión dos conceptos e contidos expresados. Co traballo de seminario poderá acadarse ata 2 puntos da nota final.	20	B3 C6 D3 B4 C9 D4 B5 D8 B6 D9 D13 D15 D18
Prácticas de laboratorio	Nas prácticas de laboratorio os alumnos deberán facer os traballos prácticos que se lles propoñan. A participación activa na clase será especialmente valorada. Pola resolución dos casos e polas boas intervencións no desenvolvemento desta actividade, poderánse acadar ata 3 puntos da nota final.	30	B3 C9 D3 B4 C16 D4 B5 D5 D6 D7 D9 D17 D18
Probos de resposta curta	Ao final do cuadrimestre haberá un exame que consistirá no prantexamento ao alumno dun test formado por dez preguntas de catro alternativas onde soamente unha será válida. A nota máxima que se poderá acadar co exame final é de 5 puntos. Neste exame será preciso obter como mínimo unha cualificación de 2 puntos (sobre 5) para que á puntuación alcanzada poida engadirse a correspondente á avaliación continúa.	50	B4 C9 D3 B6 C16 D4 D5 D15 D17 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para que a nota obtida na avaliación continua sume á do exame final, será preciso obter neste exame unha cualificación mínima de 2 puntos (sobre 5). Para os alumnos que non superaran a materia na convocatoria de maio-xuño, conservaráselles a cualificación obtida na avaliación continúa na convocatoria de xullo.

Os alumnos que non se acolleran ao sistema que se establece nesta guía con inclusión da avaliación continúa, farán un exame diferente ao dos alumnos que seguiron o dito sistema e que constará dun cuestionario de dez preguntas e un caso práctico a resolver. O dito exame será avaliado sobre 10 puntos, dos que 7 corresponderán ó examen e 3 ó caso práctico.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

Jimenez Sánchez, Guillermo, **Lecciones de Derecho Mercantil**, Última edición,

Menéndez, Rojo, Uría, **Curso de Derecho Mercantil**, Última edición,

Jimenez Sánchez, Guillermo, **Nociones de Derecho Mercantil**, Última edición,

Broseta Pont-Martínez Sanz, **Manual de Derecho Mercantil**, Última edición,

Vicent Chuliá, Francisco, **Introducción al Derecho Mercantil**, Última edición,

Sánchez Calero Guilarte.; Tapia Hermida, A.J. (Directores), **Casos y Materiales de Derecho Mercantil**, Última edición,

AAVV, **Código de Comercio y otras normas mercantiles**, Última edición,

<http://www.westlaw.es>,

<http://eur-lex.europa.eu>,

<http://www.boe.es>,

<http://www.xunta.es/diario-oficial-galicia>,

Recomendacións

Otros comentarios

Recoméndase encarecidamente aos alumnos que asistan ás clases, tanto sesións teóricas coma prácticas, que veñan provistos do material legislativo que sexa obxecto de estudo e explicación no seu caso.

A asignatura "Contratación mercantil" que se cursa no 2º cuatrimestre no cuarto curso do grao supón a continuación e un importante complemento da presenta asignatura.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Mostraxe aplicada á investigación de mercados**

Asignatura	Mostraxe aplicada á investigación de mercados			
Código	V06G270V01303			
Titulación	Grao en Comercio			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua Impartición	Castelán			
Departamento	Estatística e investigación operativa			
Coordinador/a	Luaces Pazos, Ricardo			
Profesorado	Luaces Pazos, Ricardo Vaamonde Liste, Antonio			
Correo-e	rluaces@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descrición general	Estudo do deseño e análise de enquisas no ámbito da investigación comercial			

Competencias

Código	
C15	CE15. Coñecer e aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para a toma de decisións no ámbito do comercio, así como o deseño e análise de enquisas mediante mostraxe probabilística para a realización de estudos de mercado.
C21	CE21. Identificar e resolver os problemas modelizables aplicados ás situacións económicas mediante a aplicación das técnicas matemáticas axeitadas, así como interpretar a solución que proporciona o modelo.
C24	CE24. Aplicar as ferramentas informáticas e os conceptos e técnicas estadísticas, contables, financeiras e de marketing para a xeración e interpretación de informes e a planificación e xestión integral: funcións da cadea de subministrados e entrega ao cliente, xestión do risco comercial, xestión contable e financeira, entre outros, mediante ferramentas tales como as tecnoloxías web, os xestores de bases de datos, a transmisión electrónica de datos, o comercio electrónico, os CRM ou os sistemas integrados.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Saber aplicar os procedementos inferenciais para a estimación das principais características poboacionais e a verificación das hipóteses formuladas.	C15 C21 C24
Saber deseñar un estudo estadístico, no campo da investigación comercial, mediante unha enquisa por mostraxe probabilística.	C15 C21 C24
Saber analizar a información obtida mediante enquisas mediante a aplicación de distintos procedementos estadísticos.	C15 C21 C24

Contidos

Tema	
TEMA 1. Introducción á inferencia estatística	1.1 Mostraxe e estimación 1.2 Contrastes de hipóteses.
TEMA 2. Deseño de enquisas	2.1 Enquisas 2.2 Tipos de mostraxe
TEMA 3. Mostraxe de unidades elementais.	3.1 Medias 3.2 Total 3.3. Proporcións
TEMA 4. Mostraxe estratificada	4.1 Mostraxe estratificada 4.2 Outros tipos de mostraxe
TEMA 5. Análise de datos de enquisas	5.1. Análise uni e bidimensional. 5.2. Análise multidimensional. 5.3. Clasificación, segmentación.
TEMA 6. Estudo de distintas enquisas	6.1. Enquisas oficiais por mostraxe 6.2. Enquisas relativas ó comercio.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección maxistral	28	32	60
Resolución de problemas	12	30	42
Traballo tutelado	0	20	20
Prácticas de laboratorio	9	18	27
Outras	1	0	1

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

Metodoloxía docente	
	Descrición
Lección maxistral	Exposición con axuda de diverso material impreso ou proxectado dos principios teóricos da materia.
Resolución de problemas	Realización de problemas, exercicios e aplicacións a situacións reais.
Traballo tutelado	Realización, mediante o traballo en grupo, dun estudio de mercado, en base a construción dun cuestionario, deseño da mostraxe, obtención e análise de datos, con elaboración dun informe final e conclusións.
Prácticas de laboratorio	Utilización de programas informáticos de estatística para a análise de datos de enquisas do comercio.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	Titorías
Lección maxistral	Titorías
Resolución de problemas	Titorías

Avaliación			
	Descrición	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaxe
Resolución de problemas	Probas escritas de resolución de problemas e exercicios, así como de cuestións teórico-prácticas. Estas probas realizaranse ó longo do período de docencia.	60	C15 C21 C24
Traballo tutelado	Realización, mediante traballo en grupo, dun estudio de mercado, en base a construción dun cuestionario, deseño da mostraxe, obtención e análise de datos, con elaboración dun informe final e conclusións.	20	C15 C21 C24
Outras	Asistencia e participación nas sesións maxistras e prácticas de pizarra (10%) e nas clases prácticas de laboratorio (10%)	20	C15 C21 C24

Otros comentarios sobre la Evaluación

-Unha vez rematado o período de docencia, publicarase a relación de alumnos que teñen superada a materia por avaliación continua (mínimo do 50%). Os alumnos que non chegaran a dito mínimo, poderán recuperar partes do proceso de avaliación continua nas convocatorias oficiais de exame.

- Os alumnos que non seguisen o proceso de avaliación continua deberán presentarse a un exame final do conxunto da materia nas convocatorias oficiais publicadas polo Centro.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Estatística: Estadística/V06G270V01205

Matemáticas: Matemáticas/V06G270V01104

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Idioma comercial: Inglés				
Asignatura	Idioma comercial: Inglés			
Código	V06G270V01304			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua	Inglés			
Impartición				
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	García de la Puerta, Marta			
Profesorado	García de la Puerta, Marta			
Correo-e	mpuerta@uvigo.es			
Web	http://Faitic			
Descripción general	Introducción a la comunicación en lengua inglesa en un entorno comercial. Se abordarán las cuatro macrodestrezas (lectura, escritura, comprensión y expresión oral) combinándolas con las microdestrezas propias de la actividad comercial, de gestión y de compras: aspectos interculturales y relaciones sociales profesionales (visitas y recepción de visitantes), presentaciones profesionales (producto, negocio, empresa, etc.), correspondencia comercial, conversaciones telefónicas, reuniones, negociaciones, etc. Además, se introducirá la terminología específica más utilizada en las transacciones comerciales.			

Competencias	
Código	
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
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	
Fomentar el desarrollo de la lengua inglesa en el ámbito de la empresa con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.	B4	C18
Formación y capacitación profesional para trabajar en contextos, empresas e instituciones extranjeras relacionadas con el ámbito de los negocios.	B6	C26
Abordar aspectos interculturales relacionados con el mundo de la empresa.	B4	C18
	B6	C26

Contenidos	
Tema	
1. Introduction.	Numerals. Company organization.
2. Cultural diversity and socializing.	Building a relationship. Culture and entertainment.
3. Professional presentations.	The introduction. The main body. The end.
4. Telephoning.	Taking and leaving messages. Appointments. Problem solving.
5. Written communication.	E-mails, enquiries, orders and applications.
6. Meetings.	Key features of an effective meeting. How to open a meeting. How to interrupt. Obtaining consensus. How to end a meeting effectively.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión magistral	27	60	87
Prácticas de laboratorio	22	40	62

*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: objetivos, contenidos, metodología, criterios de evaluación, etc. Realización de una encuesta de análisis de necesidades para detectar los conocimientos previos de inglés y descubrir los intereses y motivación del alumnado.
Sesión magistral	Por las características de la asignatura, las clases teóricas y prácticas no se imparten por separado y van integradas en el transcurso de la clase. Por medio de textos relacionados con sus materias curriculares y explicaciones del profesor, el alumno adquiere la terminología específica y la base lingüística en lengua inglesa que le permitirá desenvolverse adecuadamente en un contexto de inglés de negocios. La metodología de la materia consiste en un enfoque eminentemente comunicativo e interactivo, que permite manejar las destrezas lingüísticas básicas del inglés en el futuro entorno profesional del alumno. Empleo de forma genérica de medios audiovisuales, fundamentalmente el cañón de vídeo.
Prácticas de laboratorio	Se fomentará la competencia comunicativa del alumnado mediante la puesta en práctica de las cuatro destrezas lingüísticas en el laboratorio de idiomas. Formulación y análisis, resolución y debate de ejercicios relacionados con la materia. Exposición oral por parte del alumnado de un tema concreto o de un trabajo relacionado con la materia. Utilización de vídeos y grabaciones relacionados con los temas tratados como recurso metodológico importante. Actividades a través de las TIC en el aula de informática: búsqueda de información en Internet, enciclopedias informáticas, etc.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	La atención personalizada se realizará durante lo horario de tutorías que el profesor detallará en la sesión inicial del curso. El alumnado deberá fijar una cita con el profesor dentro de este horario y a través del correo electrónico. En estas tutorías el alumnado podrá resolver dudas, hacer sugerencias y reforzar con el profesor aspectos prácticos de la materia.
Prácticas de laboratorio	La atención personalizada se realizará durante lo horario de tutorías que el profesor detallará en la sesión inicial del curso. El alumnado deberá fijar una cita con el profesor dentro de este horario y a través del correo electrónico. En estas tutorías el alumnado podrá resolver dudas, hacer sugerencias y reforzar con el profesor aspectos prácticos de la materia.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Sesión magistral	1. Ejercicios escritos individuales, en pareja o en grupo a realizar en clase. 2. Otras tareas a realizar dentro y fuera del aula, por ejemplo, actividades de lectura o escritura de textos relacionados con el comercio. 3. Prueba escrita que consistirá en el planteamiento de un cuestionario formado por una serie de preguntas de respuesta corta sobre los contenidos de la materia. 4. Participación activa del alumnado.	50	B4 B6	C18 C26
Prácticas de laboratorio	1. Participación activa del alumnado. 2. Trabajo en grupo a determinar. Por ejemplo, la presentación de una empresa, servicio o producto.	50	B4 B6	C18 C26

Otros comentarios sobre la Evaluación

Existen dos sistemas de evaluación. La elección de un sistema excluye al otro.

Para poder acogerse al sistema de evaluación continua es necesario asistir al 80% de las horas presenciales con aprovechamiento y participación. En el caso de no conseguir este mínimo, la calificación máxima a la que se podrá aspirar es 8 puntos sobre 10.

Los alumnos que se acojan a la evaluación continua se les computará un 50% de la calificación final con actividades y pruebas cortas durante el curso, y un 50% con una prueba final escrita.

La nota final se calculará como media ponderada de las diferentes partes, debiendo obtener un mínimo de un 30% de la puntuación máxima en cualquiera de ellas; en el caso de no conseguir el 30% en alguna de las partes, la nota final será como máximo del 45%.

En las actividades durante el curso, se valorarán diferentes pruebas, realización de ejercicios prácticos, preparación y entrega de trabajos para completar la unidad didáctica abordada, exposiciones orales y otros trabajos. Los trabajos

solicitados deberán entregarse o presentarse en los plazos y fechas marcados. Los trabajos no realizados y entregados en plazo se computarán con una calificación de 0,0 puntos.

La evaluación única (evaluación no continua) consistirá en una prueba global final que se realizará en la misma fecha que la prueba oficial del alumnado que se acoga a la evaluación continua. Consistirá en una prueba escrita (50%) y una exposición oral (50%). La exposición oral tendrá lugar a continuación de la prueba escrita. Igualmente, para superar la materia, deberá conseguirse un mínimo del 30% de la nota máxima de cada una de las partes, quedando en otro caso la nota final en un máximo 45 %.

En el caso de no superar la materia en la convocatoria de diciembre, en la convocatoria de julio se considerará, para cada una de las partes, la nota más alta de las conseguidas en las dos oportunidades.

Compromiso ético: se espera que el alumno presente un comportamiento ético adecuado. En caso de detectar un comportamiento no ético (copia, plagio, utilización de aparatos electrónicos no autorizados, como por ejemplo). Se considerará que el alumno no reúne los requisitos necesarios para superar la materia. En cuyo caso la calificación global será de suspenso (0,0).

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

Bibliografía Complementaria

Comfort y Brieger, **Developing Business Contacts.**, Prentice Hall, 1993

Hollett, V., **Business Objectives.**, Oxford University Press, 1996

Jones & Alexander, **International Business English.**, Cambridge University Press, 1989

Wilberg & Lewis, **Business English**, LTP Books, 1990

Ashley, **A Handbook of Commercial Correspondence**, Oxford University Press,

Method & Tadman, **Office to Office.**, Longman, 1992

Wilson, **Writing for Business.**, Longman, 1987

Bruce, **Telephoning**, Longman, 1987

Ferguson & O'Reilly, **English Telephone Conversations.**, Bell & Hyman., 1984

Naterop & Revell, **Telephoning in English.**, Cambridge University Press, 1987

Watson-Delestrée, **Basic Telephone Training**, LTP Books, 1992

Hanks & Corbett, **Business Listening Tasks.**, Cambridge University Press, 1986

Lees, **Negotiate in English**, Nelson, 1987

Carrier, **Business Reading Skills**, Nelson, 1987

Spiro, **Business Information.**, Arnold, 1989

Business Information., **Heinemann English Grammar(español)**, Heinemann, 1991

Brieger & Comfort, **Language Reference for Business English**, Prentice Hall, 1992

Leech, **An A-Z of English Grammar and Usage**, Arnold, 1989

Sánchez Benedito, **English Grammar for Spanish Speakers**, Alhambra, 1991

Diccionario Multilingüe de Términos Comerciales, Harrap's,

Oxford Dictionary of Business English, Oxford University Press,

The Oxford Dictionary for the Business World, Oxford University Press,

Jones & Alexander, **International Business English.**, Cambridge University Press, 1989

Lozano Irueste, **Nuevo diccionario bilingüe de economía y empresa.**, Pirámide, 1993

Recomendaciones

Otros comentarios

Es conveniente que el alumno tenga unos conocimientos previos de inglés intermedio (equivalentes a un B1 dentro del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas).

Se recuerda que es obligatorio el Manual de Texto que aparece en el apartado de bibliografía básica.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Idioma comercial: Alemán**

Asignatura	Idioma comercial: Alemán			
Código	V06G270V01306			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 2	Cuatrimestre 1c
Lengua	Alemán			
Impartición	Castellano			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	Barsanti Vigo, María Jesús			
Profesorado	Barsanti Vigo, María Jesús Pauser , Maxi			
Correo-e	barsanti@uvigo.es			
Web	http://http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	<p>Introducción a la lengua alemana en un entorno comercial. Se abordarán tres macro destrezas (lectura, escritura y comprensión) y se introducirá al alumno en la terminología específica más utilizada en las transacciones comerciales.</p> <p>En este curso de Idioma Comercial: Alemán se tratará casi exclusivamente de que los alumnos adquieran un nivel básico suficiente en la comprensión escrita de la lengua alemana, incidiendo en cuestiones gramaticales, léxicas y comprensivas. Se enfocará el aprendizaje del idioma eligiendo textos y materiales que reflejen situaciones en las que se aprenda a conocer y a utilizar el vocabulario dentro de las relaciones comerciales internacionales, desarrollando para ello las pertinentes habilidades comunicativas básicas.</p>			

Competencias

Código	
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.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
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).	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.	C18
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.	C18
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
CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.	C18

Contenidos

Tema	
1. Der Satz und die Wortstellung.	1. Vorlektion: gemeinsam lernen
2. Der Artikel und die Personalpronomen.	2. Lerntipps zur Grammatik und zum Lesen, Hören, Sprechen und Schreiben
3. Das Verb: Präsens und Imperativ.	3. Wortschatz erwerben und behalten
4. Das Nomen.	4. Marketing <input type="checkbox"/> Einstieg
5. Der Akkusativ	5. Marketing <input type="checkbox"/> Ein fremder Markt <input type="checkbox"/> Internationales Marketing <input type="checkbox"/> Marktforschung <input type="checkbox"/> Vom Verkäufermarkt zum Käufermarkt
6. Die Zahlen	6. Marketing <input type="checkbox"/> Absatz und Marketing <input type="checkbox"/> Marketing in der Praxis

8. Der Dativ	8. Unternehmens- und Produktpräsentation <input type="checkbox"/> Einstieg <input type="checkbox"/> Unternehmen präsentieren sich <input type="checkbox"/> Eine Checkliste für Unternehmens- und Produktpräsentationen <input type="checkbox"/> Stellenangebote als Mittel der Firmenpräsentationen <input type="checkbox"/> Das Image eines Unternehmens <input type="checkbox"/> Die Unternehmenskultur <input type="checkbox"/> Die Geschichte von Unternehmen
7. Die Präpositionen	7. Marketing <input type="checkbox"/> Marketingmix <input type="checkbox"/> Absatzpolitisches Instrumentarium <input type="checkbox"/> Visualisierung und Beschreibung
9. Das Fragepronomen	9. Unternehmens- und Produktpräsentation <input type="checkbox"/> Firmen und Produktpräsentationen <input type="checkbox"/> Inhaltspunkte einer Produktpräsentation <input type="checkbox"/> Präsentationen
10. Die Negation	10. Unternehmens- und Produktpräsentation <input type="checkbox"/> Aktuelle Firmendaten verstehen, Diagramme beschreiben <input type="checkbox"/> Mitteilungen der Presse <input type="checkbox"/> Geschäftsberichte <input type="checkbox"/> Diagramme beschreiben

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	2	0	2
Sesión magistral	28	28	56
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	23	23	46
Resolución de problemas y/o ejercicios	22	22	44
Pruebas de respuesta corta	0	2	2

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

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Explicación pormenorizada de la materia y del desarrollo de la misma, dentro y fuera del aula. Descripción de las características del curso y presentación de las diferentes herramientas de trabajo necesarias para el aprendizaje.
Sesión magistral	Exposición teórica de temas gramaticales y léxicos. Actividades complementarias como el conocimiento y buen manejo de los diccionarios monolingües y bilingües y otras herramientas de aprendizaje.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	El alumno realizará ejercicios de tipo práctico sobre cuestiones gramaticales y léxicas.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Ejercicios de repaso y control: sesiones de prácticas gramaticales y léxicas con ejercicios adecuados a los temas expuestos en las sesiones teóricas.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	En las horas prácticas de la asignatura
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	En las horas de trabajo autónomo del alumno

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Sesión magistral	Valoración continua de la participación y del aprendizaje	10	C18
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Valoración global de las actividades de repaso	15	C18
Pruebas de respuesta corta	Examen final escrito	75	C18

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

Hueber, **Menschen. Deutsch als Fremdsprache Berufstrainer**, Hueber, 2015

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

Bibliografía Complementaria

Castell, A, **Gramática de la lengua alemana**, Editorial idiomas, S. L, 1997

Haensch-López Casero, **Wirtschaftsterminologie Spanisch/Deutsch Terminología económica Español/Alemán**, Max Hueber Verlag, 1995

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

Silva Rojas, T., Figueroa Revilla, B., Corvo Sánchez, M. J., Barsanti Vigo, M. J. y Equy, M., **Diccionario Cuatrilingüe de Marketing y Publicidad: Inglés, Español, Francés y Alemán**, Editorial @becedario, 2009

Stalb, H, **Aufbaukurs Deutsch**, Verlag für Deutsch, 1993

Recomendaciones

Otros comentarios

LOS ALUMNOS QUE SE MATRICULEN EN ESTA MATERIA NO NECESITAN TENER UN NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL IDIOMA PREVIO, YA QUE SE PARTE DE UN NIVEL CERO DE LA LENGUA ALEMANA.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Informática aplicada a la gestión comercial**

Asignatura	Informática aplicada a la gestión comercial			
Código	V06G270V01307			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Informática			
Coordinador/a	González Dacosta, Jacinto			
Profesorado	González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	jdacosta@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	Conceptos básicos de hardware y software. Estructura funcional del computador. Redes de ordenadores. Seguridad de la información, firma electrónica. El ordenador en el sistema de información.			

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.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Conocer los elementos que conforman o influyen en un sistema informático y ser capaz de configurar un sistema informático básico para la gestión de una empresa comercial. Así como también conocer y saber aplicar las herramientas informáticas de gestión de la información utilizadas en la empresa y en el comercio electrónico.	A4	B1 B3 B4	C1 C17 C21 C24 C26	D2 D8

Contenidos

Tema	
1 El ordenador	1.1 Hardware 1.2 Software
2 Manipulación de datos en la informática	2.1 Estructuras básicas de datos 2.2 Hojas de cálculo 2.3 Bases de datos
3. Comercio electrónico y documentación electrónica	3.1. Arquitectura básica de internet 3.2. Utilidades en la red 3.3. El comercio electrónico y sus tipos 3.4. Documentación electrónica 3.5. Facturación electrónica 3.6. Pasarelas de Pago
4. Seguridad informática	4.1. Seguridad individual 4.2. Seguridad básica en la empresa 4.3. Encriptación 4.4. Firma electrónica
5. Legislación sobre información aplicable a la empresa	5.1. LOPD 5.2. LSSI 5.3. Otra legislación aplicable a la empresa

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión magistral	4	6	10
Presentaciones/exposiciones	2	6	8
Prácticas autónomas a través de TIC	4	6	10
Prácticas en aulas de informática	26	34	60
Trabajos y proyectos	8	20	28
Pruebas de respuesta corta	1	8	9
Resolución de problemas y/o ejercicios	6	18	24

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

Metodologías	
	Descripción
Actividades introductorias	Valoración de los conocimientos previos del alumno y explicación de la metodología a seguir a lo largo del curso
Sesión magistral	En estas sesiones se expondrá a los alumnos los conceptos y metodologías necesarias para el conocimiento de la materia
Presentaciones/exposiciones	Aprender a utilizar distintos medios de presentación online/offline y sus metodologías
Prácticas autónomas a través de TIC	Elaborar propuestas de casos prácticos en grupo y resolución de los mismos aplicando las herramientas informáticas apropiadas.
Prácticas en aulas de informática	Ejercicios propuestos por el profesor que los alumnos resolverán con la ayuda del ordenador en el aula de informática. Serán trabajos individuales y en grupo

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Prácticas en aulas de informática	Son varias las estrategias que se ponen a disposición del alumno para seguir con éxito el desarrollo personalizado de la asignatura. Durante la realización de los ejercicios, el alumno podrá comparar si su trabajo es correcto a través de modelos comparativos. En tutorías grupales el alumnado puede ir comprobando la evolución en el aprendizaje mediante retroalimentación en el proceso, participando en la evaluación del trabajo realizado. El alumno dispondrá, además, de pruebas de autoevaluación, con el fin de reflexionar de forma sistemática sobre el trabajo realizado, los avances sobre lo aprendido y la funcionalidad práctica de los contenidos impartidos.
Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	Son varias las estrategias que se ponen a disposición del alumno para seguir con éxito el desarrollo personalizado de la asignatura. Durante la realización de los trabajos, el alumno podrá comparar si su trabajo es correcto a través de modelos comparativos. En tutorías grupales el alumnado puede ir comprobando la evolución en el aprendizaje mediante retroalimentación en el proceso, participando en la evaluación del trabajo realizado. El alumno dispondrá, además, de pruebas de autoevaluación, con el fin de reflexionar de forma sistemática sobre el trabajo realizado, los avances sobre lo aprendido y la funcionalidad práctica de los contenidos impartidos.

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Prácticas en aulas de informática	En este apartado se valorará la asistencia a las prácticas en el aula de ordenadores con una asistencia mínima del 80%	10		C26 D2 D8
Trabajos y proyectos	En este apartado se calificarán los trabajos de teoría realizados por los alumnos que se entregarán en los plazos fijados mediante las plataformas que se indiquen a lo largo del curso. Dichos trabajos estarán formados por una parte en soporte digital (maquetación, desarrollo, etc) y otra parte de presentación mediante aplicaciones cloud.	30	B1	C24 D2 C26 D8
Pruebas de respuesta corta	Consistirá en la realización de una prueba de tipo test al final del cuatrimestre que contendrá preguntas de la materia de la parte teórica.	10	B1	C24 D2 C26 D8
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se realizarán de 2 pruebas (una a mediados de cuatrimestre y otra a finales). Dichas pruebas contendrán ejercicios propuestos por el profesor que se resolverán con la ayuda del ordenador y serán entregados en las fechas que se fijen por medio de la plataforma TEMA.	50	B1	C24 D2 C26 D8

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se recuerda a todo el alumnado la prohibición del uso de dispositivos móviles u ordenadores portátiles en ejercicios, prácticas y pruebas, en cumplimiento del artículo 13.2.d) del Estatuto del Estudiante Universitario, relativo a los deberes del estudiantado universitario, que establece el deber de "abstenerse de la utilización o cooperación en procedimientos fraudulentos en las pruebas de evaluación, en los trabajos que se realicen o en documentos oficiales de la Universidad".

Evaluación

El alumno podrá elegir el sistema de evaluación que desea le sea aplicado en la materia. Para ello debe de optar por la evaluación continua (por defecto) o un Exámen final único previa renuncia a la evaluación continua.

*** Evaluación continua**

Para superar esta evaluación es necesario que el alumno obtenga una puntuación mínima del 50% del total de la materia y además que en los apartados: "Trabajos y proyectos" y "Resolución de problemas y/o ejercicios" es necesario obtener una puntuación mínima del 30% de la puntuación máxima de dicha prueba.

*** Examen final único**

Para superar esta evaluación es necesario que el alumno obtenga una puntuación mínima del 50% del total de la materia. Este examen consta de dos partes: una prueba "Tipo test (40%)" y una prueba en ordenador de "Resolución de problemas y/o ejercicios (60%)" para las cuales es necesario obtener una puntuación mínima del 30% de la puntuación máxima de dicha prueba.

Se realizará un examen en la fecha fijada por el centro al finalizar el cuatrimestre y otro en el mes de julio cuyas puntuaciones serán del 100% de la materia, salvo aquellos alumnos que hayan optado por la evaluación continua que sólo asistirán con la parte que no hayan alcanzado el mínimo.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Jean-François Carpentier, **La seguridad informática en la PYME**, 1ª Edición, ENI, 2016

Pierre Rigollet, **Análisis eficaz de datos. Tablas dinámicas**, 1ª Edición, ENI, 2016

Bibliografía Complementaria

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

Prieto Espinosa, Alberto y otros, **Introducción a la informática**, 2006

Laudon, Kenneth; Carol Guercio, **E-commerce 2013: Negocios, tecnología y sociedad**, 2014

Tanenbaum, Andrew, **Redes de computadores**, 5ª Edición, 2012

Silberschatz, A, **Fundamentos de bases de datos**, 6ª Edición, 2014

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

Marqués, Felicidad, **Microsoft Excel 2010. En profundidad**, 2010

Guillaume Eouzan, **Marketing web. Definir, implementar y optimizar nuestra estrategia 2.0**, 1ª Edición, ENI, 2016

Marie Prat, **Posicionamiento web : estrategias de SEO : Google y otros buscadores**, 4ª Edición, ENI, 2016

Pierre Rigollet, **Cuadros resumen y cuadros de mando. Tratamiento y análisis de grandes volúmenes de datos con Excel 2016**, 1ª Edición, ENI, 2016

Recomendaciones

Otros comentarios

Aquellos alumnos que no puedan asistir a clase por motivos de trabajo o tengan dispensa de asistencia, deberán ponerse en contacto con los profesores a principio de curso a fin de arbitrar las medidas necesarias para que puedan realizar evaluación continua.

- 1.- Como soporte a la docencia, se utilizarán plataformas de aprendizaje virtual
- 2.- Es conveniente que el alumno active la cuenta de correo electrónico que le proporciona la Univesidad de Vigo.
- 3.- También para el seguimiento de la materia, es indispensable tener una cuenta gmail.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Contabilidad de costes**

Asignatura	Contabilidad de costes			
Código	V06G270V01401			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
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	
A19 CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.	C19	D6
A20 CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.	C20	D8 D12 D17

Contenidos

Tema	
TEMA 1. Naturaleza y contenido de la contabilidad de costes.	Propósitos de los sistemas contables. Diferencias contabilidad de gestión y contabilidad financiera. Contabilidad de gestión: definición y objetivos. La información contable de gestión y los niveles de decisión. La contabilidad de gestión y las actividades organizativas. Contabilidad de gestión y ética profesional.
TEMA 2. Conceptos fundamentales.	Introducción. Concepto y terminología del coste. Clasificación de los costes. Concepto de ingresos. Concepto de márgenes y resultados.
TEMA 3. Sistemas de cálculo y de acumulación de costes.	Introducción. Sistemas de acumulación de costes. Costes por pedido y por proceso. Sistemas y modelos para el cálculo de costes:
TEMA 4. El coste de los materiales.	Concepto y clasificación. El proceso de aprovisionamiento o compra. Criterios de valoración; las entradas. Criterios de valoración; las salidas.
TEMA 5. El coste de la mano de obra.	El coste de la mano de obra Asignación de la mano de obra. Presupuestación y control del coste de la mano de obra.

TEMA 6. Los costes indirectos. La problemática de asignación.	<p>Concepto de coste indirecto. Tipología de costes indirectos. La capacidad y el coste indirecto; la espiral de la muerte. La generación de valor a través del proceso productivo. La asignación del coste en el proceso productivo. Las unidades de obra. Métodos de asignación del coste de las secciones auxiliares. La imputación de los costes indirectos a los productos.</p>
(*)TEMA 7. La producción común y conjunta.	<p>(*)1. Introducción. 2. Clases de costes indirectos de producción. 3. Problemática de la imputación de los costes indirectos. 4. Métodos para el cálculo y el control de los costes indirectos. 5. La producción común y conjunta. 6. La asignación. 7. Los procesos de producción múltiple, común y conjunta. 8. Los costes en producción múltiple. 9. Métodos de asignación de costes conjuntos.</p>
TEMA 8.El método ABC. y el tratamiento de los costes indirectos.	<p>Introducción. Limitaciones de los sistemas de costes tradicionales. Perfeccionamiento de un sistema de costes. Aspectos fundamentales de los sistemas de costes basados en la actividad. Jerarquía del coste: clasificación de las actividades. Los generadores de coste El proceso de asignación de costes en el modelo ABC. Comparación de diversos sistemas de cálculo de costes. Exigencias, ventajas y problemas para la implantación del modelo ABC.</p>
TEMA 9. Problemática del coste en sistemas de producción por procesos, órdenes de trabajo y operaciones.	<p>Introducción. El efecto de la producción en curso sobre el coste del producto en entornos de fabricación por procesos. Tratamiento de las unidades de mala calidad en un sistema de costes por procesos. Tratamiento de las unidades de mala calidad y residuos en un sistema de costes por órdenes de trabajo y operaciones.</p>
TEMA 10. Efectos de utilizar diferentes métodos de valoración. El coste completo y el coste variable; su incidencia en el inventario y en el resultado.	<p>El coste variable y la valoración de inventarios. El coste completo y la valoración de inventarios. Comparación del impacto en el beneficio según el método utilizado. Argumentos en favor y en contra de la utilización de ambos métodos</p>

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	14	28	42
Presentaciones/exposiciones	14	28	42
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	21	21
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	21	21
Trabajos de aula	21	0	21
Pruebas de tipo test	1	0	1
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	2	0	2

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos de aula	El trabajo del alumno, en grupo, es tutorizado por el profesor con presencia en el aula.
Presentaciones/exposiciones	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	
Presentaciones/exposiciones	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.	15	C19 C20	D6 D8 D12 D17
Trabajos de aula	Valoración de la originalidad, consistencia, entidad y facilidad de uso del modelo desarrollado.	15	C19 C20	D6 D8 D12 D17
Pruebas de tipo test	Realización de preguntas tipo test o abiertas en el aula sobre el tema tratado en la sesión anterior y a lo largo del curso. Los errores puntúan en negativo.	10	C19 C20	D6 D17
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Realización de dos exámenes teóricos a lo largo del curso (30%) y un examen práctico a la conclusión de la materia (30%).	60	C19 C20	D6 D12 D17

Otros comentarios sobre la Evaluación

Quienes renuncien a la evaluación continua, no se presenten o no la superen deberán realizar un examen final teórico/práctico. El examen final será también el método de evaluación en segunda convocatoria. Esos exámenes se realizarán en la fechas de convocatoria oficial.

En ambos casos la materia se superará con una calificación de 5 sobre 10 siendo necesario obtener al menos un 3 en cada una de las partes que componen la nota.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Alvarez-Dardet Espejo, M^ªC. y Gutierrez Hidalgo, F., **Contabilidad de gestión; cálculo de costes**, 2009,

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,

Ripoll, V., Alcoy, P. y Crespo, C., **Casos prácticos resueltos de contabilidad de costes**, 2011,

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

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204

Informática aplicada a la gestión comercial/V06G270V01307

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

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

Asignatura	Decisiones de inversión en el comercio			
Código	V06G270V01402			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Cabaleiro Casal, Roberto			
Profesorado	Cabaleiro Casal, Roberto			
Correo-e	rcab@uvigo.es			
Web				
Descripción general	En esta materia se pretende dotar al alumno de formación para la toma de decisiones en los procesos de inversión: Clasificación de las inversiones. Conocer los elementos y métodos para la valoración y selección de inversiones y valorar los riesgos asociados a estos procesos.			

Competencias

Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.
C20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
C21	CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.
C22	CE22. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.

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

Resultados de aprendizaje			
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Conocer el concepto de inversión y sus implicaciones en el sistema empresarial	B1 B2 B3 B6	C6	D1 D4 D6
Conocer la interrelación entre las inversiones y la estructura financiera	B1 B2 B3 B6	C19 C22	D4
Conocer el objetivo financiero	B1 B2 B3 B6	C6 C21	D15 D16
Conocer la situación de una empresa a partir de sus estados financieros	B1 B3	C4 C19 C20 C21 C22 C24	D1 D4 D6 D8 D10
Conocer aquellas características definitorias que van a influir en la rentabilidad de las inversiones en el comercio	B1 B2 B3 B6	C19 C22	D3 D4 D5
Conocer y aplicar las principales técnicas analíticas para determinar la rentabilidad de las inversiones en el comercio	B1 B2 B6	C21 C24	D3 D4 D5 D8
Interpretar y dar a conocer los diferentes resultados obtenidos en la evaluación y rentabilidad de inversiones	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C20 C24	D1 D3 D4 D6 D10 D11 D12 D17
Conocer cuáles son aquellos factores que pueden introducir sesgos en los resultados de rentabilidad, así como su resolución e interpretación	B1 B2 B3 B6	C21 C24	D3 D4 D5 D6 D17
Aplicar herramientas informáticas en la resolución de supuestos prácticos de evaluación de la rentabilidad de inversiones	B1 B2 B4 B5	C21 C24	D3 D4 D5 D6 D8 D17 D18
Conocer y valorar la incidencia de la fiscalidad en la rentabilidad de las inversiones	B1 B2 B3 B6	C6 C19	D9 D11
Conocer y valorar la incidencia del riesgo en la rentabilidad de las inversiones	B1 B2 B4 B6	C6 C21 C24	D5 D6 D13 D14

Contenidos
Tema
Fundamentos básicos: Función financiera y decisiones de inversión en la empresa
Estructura de la empresa: Análisis de la inversión, financiación y el ciclo económico
Decisiones de inversión en condiciones de certeza
Decisiones de inversión e incertidumbre
Procesos secuenciales de inversión

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

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

Metodologías	
	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Actividad en la que se formulan problema y/o ejercicios relacionados con la asignatura. El alumno debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante la ejercitación de rutinas, la aplicación de fórmulas o algoritmos, la aplicación de procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados. Se suele utilizar como complemento de la lección magistral.
Prácticas en aulas de informática	Actividades de aplicación de los conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio. Se desarrollan en espacios especiales con equipamiento y software informático especializado.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Prácticas en aulas de informática	Aprendizaje colaborativa a través de conjunto de tareas y de actividades que se proponen al alumno, siguiendo un itinerario de aprendizaje. Las tareas deben ser realizadas en un tiempo determinado.

Evaluación			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Pruebas de respuesta corta	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas directas sobre algunos aspectos concretos. Los alumnos deben responder de manera directa y breve en base a los conocimientos que tienen sobre la materia. En este apartado, en el proceso de valoración continua, una parte de la calificación se obtendrá en función de la asistencia continuada, participación en el proceso de enseñanza-aprendizaje y rendimiento alcanzado.	40	B1 C4 D1 B2 C6 D3 B3 C19 D4 B4 C20 D5 B5 C21 D6 B6 C22 D8 C24 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18

Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Pruebas para evaluación de las competencias que incluyen preguntas abiertas sobre un tema. Los alumnos deben desarrollar, relacionar, organizar y presentar los conocimientos que tienen sobre la materia en una respuesta extensa.	60	B1 B2 B3 B4 B6	C4 C6 C19 C20 C21 C22 C24	D1 D3 D4 D5 D6 D10 D11 D12 D14 D16 D17 D18
---	---	----	----------------------------	---	---

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumno será objeto de evaluación continua a lo largo del curso académico mediante la realización de pruebas escritas de respuesta corta y de respuesta larga, así como de la valoración de las evidencias obtenidas de su participación activa en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Las pruebas de respuesta corta conjuntamente con la valoración de la participación activa del alumno representan 40% de la calificación sobre una base de 10 puntos. En este proceso de evaluación continua, se realizará una prueba escrita de respuestas largas que supondrá el 60% de la nota de la materia. Esta prueba de respuestas largas se califica sobre una base de 10 puntos, siendo necesario obtener, al menos, 3 puntos para que tenga efecto la valoración por el descrito proceso de evaluación continua. La materia está superada cuando las aportaciones de las calificaciones de las pruebas anteriores a la calificación total alcance, como mínimo, 5 de los 10 puntos posibles. En caso de no alcanzar los 3 puntos sobre la base de 10 en la prueba de respuesta larga, la calificación obtenida por el sistema de valoración continua será el resultado obtenido en la prueba de respuesta larga sobre esa base de 10 puntos.

Los alumnos que no superen la materia por el sistema de evaluación continua anteriormente referido, podrán superarla a través de un examen global escrito que se realizará en las fechas oficiales establecidas por el centro, que será valorado con una puntuación de 0 a 10 puntos, siendo necesario conseguir 5 puntos para superar la materia. Los alumnos que concurren a la oportunidad extraordinaria de julio deberán realizar un examen global escrito de la materia en la fecha establecida por el centro, que será puntuado de 0 a 10 puntos, siendo 5 puntos el aprobado.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Blanco Ramos, F. y Ferrando Bolado, M., **Dirección Financiera I. Selección de inversiones.**, Madrid, 2006.,
 Fernández Alvarez, A.I., **Introducción a las Finanzas**, Madrid, 1994,
 Hayat, S. y San Millán, A., **Finanzas en excel.**, Madrid, 2006,
 Mascareñas Pérez Iñigo, J., **Finanzas para directivos.**, Madrid, 2010,
 Pindado García, J., **Finanzas Empresariales**, Madrid, 2012,
 Pisón Fernández, I., **Dirección y Gestión Financiera de la Empresa.**, Madrid, 2001,
 Suarez Suarez, A., **Decisiones óptimas de inversión y financiación.**, Madrid, 1995,
 Valledado González, E.; Azofra Palenzuela, V., **Prácticas de Dirección Financiera.**, Madrid, 2002,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Decisiones de financiación en el comercio/V06G270V01502

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Contabilidad financiera/V06G270V01301

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

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. Por lo tanto podría ser objeto de posteriores reajustes a medida que lo aconseje el propio desarrollo del Curso Académico. Por otro lado, esta guía aporta a los alumnos la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso de formación

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Marketing estratégico				
Asignatura	Marketing estratégico			
Código	V06G270V01403			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	González López, María Isabel			
Profesorado	González López, María Isabel			
Correo-e	isabelg@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	El contenido de esta asignatura tiene como objetivo definir y analizar el mercado de referencia para la empresa así como llevar a cabo el análisis y diagnóstico estratégico utilizando para ello los instrumentos adecuados. Diseñar y elegir las estrategias que le permitirán a la empresa alcanzar sus objetivos y elaborar el Plan Estratégico de 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
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.
C7	CE7. Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.
C14	CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
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 de Marketing Estratégico.	B1 B6	C5 C7
Aplicación de conocimientos de Marketing Estratégico a la resolución de casos y situaciones reales de empresa.	B2 B3 B6	C14 C24 C26

Trabajar y presentar en equipo temas relevantes en el marco del Comercio y el Marketing.	B3	C7
	B4	C14
	B5	C24
	B6	C26

Contenidos

Tema	
TEMA 1. ESTRATEGIA Y MARKETING	1.1. Concepto de estrategia 1.2. La dirección estratégica 1.3. Estrategia y Marketing 1.4. Orientación al mercado 1.5. Actividades de Marketing en la empresa
TEMA 2. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DEL MERCADO DE REFERENCIA	2.1. Concepto de producto 2.2. Mercado de referencia, mercado relevante y producto-mercado 2.3. Segmentación y posicionamiento 2.4. Evaluación del atractivo de mercado 2.5. Análisis de la competencia
TEMA 3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE LA CARTERA DE PRODUCTOS	3.1. Cartera de productos: Concepto y modelos de análisis 3.2. Matriz crecimiento- Cuota de mercado 3.3. Matriz atractivo de mercado - competitividad de la empresa 3.4. Análisis DAFO 3.5. Modelo de estrategia competitiva
TEMA 4. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO Y COMPETITIVAS	4.1. Estrategia de crecimiento 4.2. Estrategia de crecimiento intensivo 4.3. Estrategia de crecimiento diversificado 4.4. Estrategia de expansión internacional 4.5. Estrategias competitivas
TEMA 5. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	5.1. Caracterización y tipología de nuevos productos 5.2. Proceso de desarrollo de nuevos productos 5.3. Dirección del proceso de desarrollo de nuevos productos 5.4. Estrategias de imitación 5.5. Estrategias de diferenciación a través de la marca
TEMA 6. DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING	6.1. Elementos del Plan Estratégico de Marketing 6.2. Estructura del Plan Estratégico de Marketing 6.3. Ejecución de Plan Estratégico de Marketing 6.4. Control del Plan Estratégico de Marketing 6.5. Auditoría de Marketing
(*)(*)TEMA 7. *EJECUCIÓN E CONTROL DO PLAN ESTRATÉXICO DE *MARKETING.	

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	14	37	51
Presentaciones/exposiciones	6	6	12
Trabajos tutelados	2	20	22
Sesión magistral	21	0	21
Pruebas de tipo test	4	0	4
Estudio de casos/análisis de situaciones	3	0	3

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

Metodologías

	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Casos reales, comentario de novedades, análisis de situaciones empresariales, debates etc. Esta actividad se podrá realizar individualmente o en grupo.
Presentaciones/exposiciones	Presentación y exposición de trabajos de Marketing Estratégico realizados por los alumnos
Trabajos tutelados	El estudiante, de manera individual o en grupo, elabora un documento sobre la temática de la materia. Se trata de una actividad autónoma de/de los estudiante/s que incluye la búsqueda y recogida de información, lectura y manejo de bibliografía, redacción...
Sesión magistral	Exposición de los conceptos teóricos en la clase fomentando la participación del alumnado.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	En el horario de tutorías de los profesores de la materia

Estudio de casos/análisis de situaciones	En el horario de tutorías de los profesores de la materia
Trabajos tutelados	En el horario de tutorías de los profesores de la materia

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se valorará el desarrollo (en clase y fuera del horario de clases), presentación y entrega de los casos prácticos.	20	B3 B4 B5	C5 C24
Trabajos tutelados	Plan de marketing, en grupo o individual Caso práctico individual	20	B3 B4 B5	C5 C24
Sesión magistral	Se valorará la asistencia, actitud y participación del alumnado	5	B1 B6	C7
Pruebas de tipo test	Se valorarán los conocimientos mediante una o varias pruebas test sobre el temario.	30		C5 C7
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se valorará el análisis y resolución de casos de aplicación al mismo tiempo o después de la prueba tipo test.	25	B3 B6	C5 C14 C24

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para tener derecho a la evaluación continua explicitada anteriormente, es obligatoria la asistencia al 65% de las clases (teóricas y prácticas), presentar y defender los trabajos tutelados así como las actividades realizadas en las clases prácticas* y, obtener en las pruebas y/o exámenes una nota no inferior al 4 sobre 10. En la calificación final el aprobado es un 5 sobre 10. Se realizará al menos una prueba parcial.

(*) No se consideran presentados los trabajos y actividades con una nota inferior al 3 sobre 10.

Los alumnos/as que no cumplan los requisitos anteriores deberán presentarse al examen oficial de la materia establecido por el Centro en su calendario de exámenes, con una puntuación de 0 a 10, siendo el "aprobado" un 5. Este examen será diferente al de los alumnos de evaluación continua.

Segunda oportunidad en Julio: examen oficial de la materia establecido por el Centro en su calendario de exámenes, siendo el aprobado un 5 sobre 10.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Munuera Aleman J.L.Rodríguez Escudero A.I., **Estrategias de Marketing.Un enfoque basado en el proceso de dirección**, 2ª Edición 2012,

Sainz de Vicuña, J.M., **El Plan de Marketing en la Práctica**, 19ª Edición 2014,

González Vázquez, E. et al., **Manual Práctico de Marketing**, 1ª Edición 2014,

Sánchez Herrera, J., **Estrategias y Planificación en Marketing. Métodos y aplicaciones**, 1ª Edición 2010,

Sánchez Pérez, M. et al., **Casos de Marketing y Estrategia**, 1ª Edición 2006,

Munuera Aleman J.L.Rodríguez Escudero A.I., **Estrategias de Marketing. De la teoría a la práctica**, 1ª Edición 2006,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Idioma comercial: Inglés/V06G270V01304

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204

Empresa: Principios de gestión responsable/V06G270V01103

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 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 las pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Gestión de aprovisionamientos y distribución comercial**

Asignatura	Gestión de aprovisionamientos y distribución comercial			
Código	V06G270V01404			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Diz Comesaña, María Eva			
Profesorado	Diz Comesaña, María Eva			
Correo-e	evadiz@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Se trata de presentar un análisis conjunto de las actividades relacionadas con el flujo total e materiales y el flujo de información asociado y que van desde el aprovisionamiento hasta la entrega del producto final a los clientes, considerando la recuperación de los residuos ocasionados.			

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.
C15	CE15. Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio, así como el diseño y análisis de encuestas mediante muestreo probabilístico para la realización de estudios de mercado.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Aplicar herramientas de búsqueda, filtrado e interpretación en el área logística.	B2	C5 C15	D3 D5
Establecer objetivos, desarrollar estrategias y planes de acción propios de las actividades de aprovisionamientos y distribución comercial.	B1 B2	C4 C5	D3 D5
Manejar los conocimientos, procesos y técnicas específicas de la gestión de aprovisionamientos y distribución comercial, asumiendo los efectos de su práctica y las consecuencias de su acción en cualquier contexto de intervención reflexionando sobre sus propios posicionamientos.	B1 B2	C5 C15	D3 D5
Tomar decisiones en la búsqueda de soluciones a los problemas relacionados con la situación del área logística, así como la emisión de los correspondientes informes.	B1 B2	C5 C15	D3 D5

Contenidos

Tema	
Tema 1. Introducción	(*)
Tema 2. Cadena de suministros	(*)(*)
Tema 3. Gestión de compras	(*)(*)
Tema 4. Gestión de inventarios	(*)(*)
Tema 6. Lean Manufacturing	(*)(*)
Tema 5. Transporte	(*)(*)

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	28	0	28

Resolución de problemas y/o ejercicios	8	20	28
Estudio de casos/análisis de situaciones	6	18	24
Tutoría en grupo	2	2	4
Otros	2	0	2
Pruebas de respuesta corta	4	60	64

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio con ayuda de diverso material . Resolución de ejercicios y cuestiones.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de ejercicios y cuestiones por parte del alumno de forma individual o en grupo bajo la supervisión del profesor
Estudio de casos/análisis de situaciones	Resolución de casos de empresas relacionados con los contenidos de la asignatura, bajo la propuesta, guía y supervisión del profesor
Tutoría en grupo	(*) Reuniones que o alumno mantén co profesorado da materia para asesoramiento, desenvolvemento e supervisión de actividades da materia e do proceso de aprendizaxe.
Otros	Asistencia a conferencias, visitas a empresas, exposiciones de trabajos.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Tutoría en grupo	

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba objeto de evaluación continua sobre contenidos de la materia, consistente en la resolución de cuestiones planteadas, guiadas y supervisadas por el profesor.	40	B1 B2	C4 C5 C15	D3 D5
Pruebas de respuesta corta	Examen como prueba para evaluar los conocimientos adquiridos por el alumno sobre la materia.	60	B1 B2	C4 C5 C15	D3 D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación del estudiante se realizará de la siguiente forma:

- Examen final (60% de la nota final, 6 puntos). Se realizará un único examen al final del cuatrimestre.
- Problemas y/o ejercicios realizados en las prácticas (40% de la nota final, 4 puntos).

Para superar la materia, es necesario cumplir dos condiciones: superar el examen final y alcanzar un mínimo de 5 puntos en la materia.

En el caso de superar el examen, la nota final de la materia resulta de la suma de la nota alcanzada en el examen y la nota de los trabajos realizados en las prácticas.

En el caso de no superar el examen, la nota final de la materia será la resultante de expresar la nota del examen en una escala de 10 puntos.

La segunda convocatoria se regirá por las mismas normas.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Bowersox, D., **Administración y logística en la cadena de suministros**, McGraw-Hill,

Casanovas, A. y Cuatrecasas, L., **Logística Empresarial. Gestión integral de la información y material en la empresa**, Gestión 2000,

Castro Hermida, M. (coord.), **Los tres caminos para conseguir la excelencia en operaciones**, Escuela de Negocios Caixanova,

Consortio de la Zona Franca, **Las empresas gacela de Galicia: del diagnóstico a la acción. Claves del crecimiento empresarial**, Consorcio de la Zona Franca,

Cuatrecasas, L., **Organización de la producción y dirección de operaciones**, Díaz de Santos,

Escudero Serrano, M.J., **Gestión de aprovisionamiento**, Paraninfo,

Escudero Serrano, M.J., **Almacenaje de productos**, Paraninfo,

Gaither, N. y Frazier, G., **Administración de producción y operaciones**, Thomson,

Roux, M., **Manual de logística para la gestión de almacenes: las claves para crear o mejorar su almacén**, Gestión 2000,

Santos J. y otros, **Mejorando la producción con lean thinking**, Pirámide,

Soret Los Santos, I., **Logística y marketing para la distribución comercial**, ESIC,

Soret Los Santos, I., **Logística y operaciones en la empresa**, ESIC,

Tato, A. y otros, **Transporte marítimo en la cadena de suministro**, Andavira Editora,

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 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 las pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Réxime fiscal da empresa**

Asignatura	Réxime fiscal da empresa			
Código	V06G270V01405			
Titulación	Grao en Comercio			
Descritores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 2	Cuatrimestre 2c
Lengua	Castelán			
Impartición	Galego			
Departamento	Economía aplicada			
Coordinador/a	Álvarez Villamarín, José Carlos			
Profesorado	Álvarez Villamarín, José Carlos			
Correo-e	xalvarez@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descrición general	RFE é unha asignatura que ten como obxectivo introducir ós alumnos no campo da fiscalidade aplicada. En particular, desenvólvense dous dos impostos mais importantes: o IRPF e o Imposto de Sociedades.			

Competencias

Código	
C2	CE2. Coñecer as teorías que analizan a intervención do estado en materia económica e os seus instrumentos, así como o concepto de estratexia, a súa tipoloxía e obxeto. Saber vencellar o obxeto e as condicións dos programas de promoción económica coa estratexia e actividades dla organización, así como saber instrumentalos en apoio da estratexia empresarial.
C3	CE3. Coñecer e saber interpretar a dimensión social da actividade económica, a dinámica das relacións sociais e as distintas realidades culturais que configuran o comercio, a sociedade de consumo e os estilos de vida.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar e analizar a información e coñecer as variables que interveñen no comercio interior e internacional, co fin de orientar o deseño e implantación da estratexia e a xestión operativa do comercio.
C13	CE13. Coñecer os regulamentos dos impostos, en particular os que afectan ás transaccións, co fin de saber cumprimentar as correspondentes declaracións, así como o réxime xurídico da obrigación tributaria e os procedimentos de aplicación dos tributos, en especial a liquidación, recadación e inspección.
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar a información relevante, en particular os custos e ingresos, con obxeto de apoiar o proceso de toma de decisións, a valoración de inventarios, a planificación e control e a mellora continua.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet e manexo das ferramentas multimedia.
D3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.
D4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.
D5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.
D8	CT8. Capacidade para liderar e traballar en equipo.
D11	CT11. Capacidade de adaptación a novas situacións.
D16	CT16. Iniciativa.
D17	CT17. Atención ao detalle, precisión, motivación pola mellora continua.
D18	CT18. Capacidade reflexiva sobre o propio traballo.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Adquirir coñecementos básicos para entender o papel que desempeña a fiscalidade nas decisións económicas	C2 C3 C13	D4 D5
Desenvolver habilidades de procura, uso e comprensión da normativa tributaria vixente	C6 C13	D2 D4 D5
Entender os efectos da tributación sobre as distintas fontes de renda: traballo, capital, actividades económicas e alteracións patrimoniais	C13 C19	D3 D4 D5 D6 D17 D18

Potenciar a capacidade de traballar en equipo buscando atopar as mellores solucións tributarias	C13	D2 D3 D4 D8 D11 D16 D17 D18
---	-----	--

Xustificar e defender as decisións adoptadas en materia de tributación mediante estudos de caso.	C13 C19	D1 D3 D4 D5 D6 D11 D16 D17 D18
--	------------	--

Contidos

Tema	
Parte I: Introducción ó Sistema Fiscal Tema 1: Obxectivos e metodoloxía da materia	Obxectivos básicos. A organización da materia. O método de traballo e a súa avaliación.
Tema 2: Caracterización do Sistema Fiscal Español e bases para a fiscalidade persoal e empresarial	O papel dos Impostos na realidade económica. Composición do Sistema Fiscal. Características básicas das principais figuras tributarias.
Parte II: O Imposto sobre a Renda das Persoas Físicas. Tema 3: Introducción ó IRPF	Elementos básicos do Imposto: contribuínte e unidade familiar, rendas suxeitas e exentas, periodo impositivo.
Tema 4: Rendas das Persoas Físicas	Rendementos do Traballo, Rendementos do Capital, Ganancias e Perdas Patrimoniais
Tema 5: Rendas de Empresarios e Profesionais individuais	Elección do réxime de estimación da renda. Determinación da renda en Estimación Directa e Estimación Obxectiva.
Tema 6: Liquidación do IRPF	Integración e compensación das rendas. Mínimo Persoal e Familiar. Cuota Integra e Deducións.
Parte III: O Imposto sobre Sociedades. Tema 7: Introducción ó IS.	Elementos básicos do Imposto: contribuínte, resultado contable e base imponible. Periodo impositivo. Imputación temporal de ingresos e gastos.
Tema 8: Operacións determinantes da Base Imponible	Gastos non deducibles. Amortizacións. Arrendamento Financeiro. Deterioro de Valor e Transmisións Patrimoniais.
Tema 9: Liquidación do IS	Proceso Liquidatorio. Cuota Integra. Deducións.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Lección maxistral	27	27	54
Estudo de casos/análises de situacións	14	14	28
Prácticas en aulas informáticas	4	4	8
Prácticas autónomas a través de TIC	0	25	25
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	4	12	16
Outras	2.5	15.5	18

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

Metodoloxía docente

	Descripción
Actividades introductorias	Presentación do contido e obxectivos da materia. Metodoloxía de traballo e sistemas de control e avaliación.
Lección maxistral	Para cada tema o docente presentará na aula as cuestións mais relevantes e formulará a metodoloxía a seguir para interpretar as consecuencias e efectos prácticos da norma tributaria. Posteriormente o alumno deberá revisar de xeito autónomo os contidos expostos.

Estudo de casos/análises de situacións	Realizaranse sesións prácticas que terán lugar en aulas-seminario. Para cada sesión proporáanse casos a estudar en grupos reducidos (de 3 ou 4 alumnos) conformados ó inicio do curso. Cada grupo deberá comentar, resolver e defender os casos plantexados. Os alumnos disporán previamente dos enunciados dos casos a través da Plataforma Tema e deberán elaborar no seu grupo reducido unha primeira proposta de solución xustificada que deberá ser entregada a través da Plataforma Tema antes do desenvolvemento da sesión presencial.
Prácticas en aulas informáticas	As sesións prácticas en aula informática faráanse de xeito individualizado e consistirán na resolución dun caso práctico empregando as aplicacións informáticas da Axencia Tributaria. Para o seu desenvolvemento os alumnos disporán previamente do enunciado do caso na Plataforma Tema.
Prácticas autónomas a través de TIC	Cada semana, despois da sesión maxistral, abrirase un formulario práctico dixital (de resposta curta ou test) na Plataforma Tema, relativo ós contidos desenvolto na sesión maxistral e na práctica correspondentes. Trátase de actividades non presenciais que posibilitan o seguimento e avaliación do alumno, que deberá responder nos prazos sinalados.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	
Prácticas en aulas informáticas	

Avaliación

	Descrición	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaxe
Estudo de casos/análises de situacións	A entrega (previa á sesión presencial) das propostas de solución dos estudos de caso avaliarase conxuntamente coas probas tipo tests: será necesario que o grupo de traballo teña entregado alomenos 6 casos para obter puntuación nas probas test.	0	C6 D3 C13 D4 C19 D6 D8 D11 D16 D17 D18
Prácticas autónomas a través de TIC	Avaliarase e puntuarase a resolución dos test propostos despois de cada sesión maxistral e práctica. Este apartado de traballo persoal puntuarase sobre un máximo global de 3 puntos. Será requisito necesario para obter puntuación neste apartado que o grupo de traballo ó que pertence cada alumno teña entregado alomenos 6 propostas de solución dos estudos de caso.	30	C13 D2 C19 D3 D4 D5 D6 D11 D17 D18
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	Ó remate das partes II e III do programa da materia, en dúas sesións presenciais, proporase un caso que o alumno deberá resolver de xeito individual e que permitirá avaliar o seu nivel de coñecementos e capacidade de argumentación e xustificación das decisións adoptadas. A proba relativa ó IRPF puntuarase cun máximo de 4 puntos e a relativa ó IS cun máximo de 3 puntos.	70	C2 D1 C3 D3 C6 D4 C13 D5 C19 D6 D11 D16 D17 D18
Outras	Rematada a docencia presencial, aqueles alumnos que non teñan superada a materia por avaliación contínua deberán realizar unha proba escrita que consistirá na resolución de casos prácticos de liquidación do IRPF e do Imposto de Sociedades. O alumno deberá resolver de xeito individualizado os casos propostos xustificando as decisións adoptadas. Esta proba escrita final avaliarase cunha puntuación máxima de 10 puntos.	0	C2 D1 C3 D3 C6 D4 C13 D5 C19 D6 D11 D17 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

Nesta asignatura realizarase unha Avaliación Contínua do traballo realizado polo alumno.

Para supera-la asignatura por Avaliación Contínua deben cumprirse dúas condicións:

1) Acadar alomenos un 25% da nota en xogo en cada un dos tres apartados puntuables: tests, proba IRPF, proba IS.

2) Obter alomenos 5 puntos na suma destes tres apartados puntuables (probas test e probas IRPF e IS).

A non presentación a calquera das dúas probas presenciais escritas (IRPF e IS) suporá que o alumno deixa de ser avaliado en avaliación continua.

Tamén sairá da avaliación continúa se non acadara alomenos un 25% da nota en xogo en cada unha das tres probas realizadas (tests, proba IRPF e proba IS).

A nota final por Avaliación Contínua será a suma das notas parciais obtidas ata ese momento.

Aqueles alumnos que non teñan superado a materia por Avaliación Contínua terán a opción de presentarse a un examen final. Este examen valerá o 100% da nota, e a calificación obtida substituirá á obtida en Avaliación Contínua. En caso de non presentarse, a nota será a obtida en Avaliación Contínua.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Legislación IRPF actualizada 2017,

Legislación IS actualizada 2017,

Grupo Docente Fiscalidade Aplicada UVigo, **Esquemas Básicos e Supostos Prácticos, 2017**

Domínguez, F., **Sistema Fiscal Español**, última, Prensas de la Universidad de Zaragoza,

Barberán, M.A. e outros, **Ejercicios y Cuestiones de Fiscalidad**, última, Prensas de la Universidad de Zaragoza,

Albi, E. e Paredes, R., **Sistema Fiscal Español (I y II)**, última, Ariel,

Axencia Tributaria, **www.aeat.es**,

NewPyme, **www.plangeneralcontable.com**,

Bibliografía Complementaria

Alonso, R., **Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. 2017. Comentarios y casos prácticos (2 volúmenes)**, última, Centro de Estudios Financieros (CEF),

Borrás, F. e Navarro, J.V., **Impuesto sobre Sociedades. Comentarios y casos prácticos**, última, Centro de Estudios Financieros (CEF),

Moreno, M.C. e Paredes, R., **Casos Prácticos de Sistema Fiscal**, última, Delta,

Pla, A. e Salvador, C., **Impuesto sobre Sociedades. Regimen general y empresas de reducida dimensión**, última, Tirant lo Blanch,

Portillo, M.J., **Manual de Fiscalidad. Teoría y Práctica**, última, Tecnos,

Instituto de Estudios Fiscales, **www.ief.es**,

Recomendacións