Universidade Vigo

Facultad de CC. Económicas y Empresariales

Presentación

(*)

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales tiene una amplia trayectoria dentro de nuestra Universidad. A principios de los 70 ya se impartían enseñanzas de Ciencias Económicas en el antiguo Colegio Universitario de Vigo, que en 1980 pasaría a integrarse en la Universidad de Santiago de Compostela. En 1990 se segrega el Campus de Vigo, lo que supondrá el nacimiento de la Universidad de Vigo.

En el curso 1991/92 se inicia la docencia de las licenciaturas de Ciencias Económicas y de Ciencias Empresariales en el edificio actual, registrándose dos procesos de reforma de sus planes de estudios en los años 1995 y 2002. A raiz de la promulgación del RD 1393/2007 sobre ordenación de las enseñanzas universitarias se pone en marcha el proceso de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior, de tal forma que, para el curso académico 2009/2010, comenzarán a impartirse las titulaciones de Grado en Administración de Empresas y en Economía a las que se refieren estas guías.

Se persigue con ello ofertar unas titulaciones más adaptadas al contexto actual, con una adaptación de las metodologías docentes orientadas hacia el aprendizaje del alumno y el desarrollo de sus capacidades.

Localización

(*)

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Vigo está en el Campus de Lagoas/Marcosende, aproximadamente a 15 km. de la ciudad. Clikcando en el siguiente icono puedes acceder a un plano del Campus con su ubicación precisa

En caso de precisar información es posible contactar a través de las siguientes vías:

Correo - Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Campus de Lagoas-Marcosende, s/n, 36310 VIGO

Teléfono - 986812400 (Centralita/Conserjería)

986 812403 (Secretaría de Alumnos)

986 812402 (Secretaría do Decanato)

Fax- 986812401

Correo electrónico - secfcee@uvigo.es (Secretaría de Alumnos)

sdfcee@uvigo.es (Secretaría do Decanato)

Web - http://fccee.uvigo.es/

Servizos ofertados

(*)

La Facultad cuenta con una importante dotación de infraestructuras destinadas a dar soporte a las actividades de investigación, docencia y extensión universitaria. Resumidamente, hay 15 aulas de docencia, 13 aulas-seminario, 6 aulas de informática y un aula informática de libre acceso. Adicionalmente dispone de un salón de actos con un aforo aproximado de unas 550 personas , un salón de grados para 60-80 personas, biblioteca con 400 puestos de lectura y cafetería-comedor.

A continuación se desglosa la información sobre servicios importantes para el alumnado:

SERVICIOS OFERTADOS AOS ESTUDANTES

- AULA INFORMÁTICA DE LIBRE ACCESO:

Ordenadores a disposición dos alumnos con aplicaciones de uso corriente, acceso a Internet e posibilidade de impresión de documentos

- REDE INALÁMBRICA:

Acceso WIFI a Internet en toda a Facultade.

- REPROGRAFÍA:

Fotocopias, encuadernacións, transparencias, impresión de documentos, material de estudio, etc...

Horario regular : Mañá de 9 a 14 h. - Tarde de 15:45 a 18:00 h.

- CAFETERÍA E COMEDOR:

Servicio de cafetería completo, almorzos e comidas con menús do día.

Horario SS.Cafetería: De 8:45 a 21 h.

Horario SS.Comedor: De 13 a 15:30 h.

- SERVICIOS ADMINISTRATIVOS:

Servicios de xestión do alumnado (matrículas, traslados, solicitudes de validacións, emisión de títulos, etc...), asuntos económicos e secretaría do Decanato.

Horario atención ó público: De 9 a 14 h.

- BIBLIOTECA:

Servicio de asesoramento e empréstito bibliográfico, salas de estudio e lectura e consulta bases de datos.

Para o servicio de empréstito requírese carnet de biblioteca.

Dotacións: 414 postos de lectura e estudio.

2 postos consulta bases de datos.

29.000 volumes aprox. (libros, informes, etc.)

560 títulos de publicacións periódicas:

330 revistas e 230 estatísticas.

Horario : De 8:45 a 20:45 h.

Equipo decanal

(*)

Decano	José Santiago Gómez Fraiz
Secretaria	Gonzalo Caballero Míguez
Vicedecano de Organización Académica	Fernando Comesaña Benavides
Vicedecana de Calidade	Raquel Arévalo Tomé
Vicedecano de Relacións Internacionais	Jorge Vila Biglieri
Vicedecana deAdaptación ao EEES	Carlos Mª Fernández-Jardón Fernández

(*)

(*)

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Asignaturas

Curso 4

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
V03G020V01701	Investigación comercial	1c	6
V03G020V01702	Planificación financiera	1c	6
V03G020V01901	Auditoría	1c	6
V03G020V01910	Marketing sectorial	1c	6
V03G020V01921	Derecho del comercio internacional	1c	6
V03G020V01922	Ingeniería financiera	1c	6
V03G020V01923	Finanzas internacionales	1c	6
V03G020V01925	Gestión del conocimiento y la innovación tecnológica	1c	6
V03G020V01926	Contabilidad financiera avanzada	2c	6
V03G020V01927	Creación y simulación de empresas	2c	6
V03G020V01928	Derecho penal de empresa	2c	6
V03G020V01929	Dirección de recursos de información	2c	6
V03G020V01930	Marketing responsable	2c	6
V03G020V01931	Gestión bancaria	2c	6
V03G020V01991	Trabajo de Fin de Grado	2c	12

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Investigación comercial				
Asignatura	Investigación comercial			
Código	V03G020V01701			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Martínez Senra, Ana Isabel			
Profesorado	Martínez Senra, Ana Isabel			
Correo-e	aimtnez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Investigación comercial es una materia obligatoria que consta de un total de 6 créditos ECTS que se corresponden con 150 horas de trabajo del alumno, de las cuales 50 son actividades presenciales, mientras que el resto serán actividades de trabajo personal. Esta materia pretende que el estudiante comprenda la necesidad y utilidad de la investigación comercial dentro del ámbito de la Dirección Comercial y en cualquier proceso de toma de decisiones dentro de la organización. Además se trata de que adquiera una visión amplia de las diversas fuentes, métodos y técnicas de recogida de la información y se familiarice con los sistemas de análisis e interpretación de los datos. El objetivo final de la asignatura es que el alumno sea capaz de desarrollar un proceso de investigación comercial.			

Competencias de titulación	
Código	
A6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
A7	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial
A12	Solucionar de manera efectiva problemas y tomar decisiones utilizando métodos cuantitativos y cualitativos apropiados, incluyendo entre ellos la identificación, formulación y solución de los problemas empresariales
A15	Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
A16	Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B3	Habilidades relacionadas con el uso de aplicaciones informáticas utilizadas en la gestión empresarial
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B15	Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B19	Motivación por la calidad y la mejora continua

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Adquirir conocimientos básicos para diseñar procesos de investigación comercial	A6	
Aplicar métodos cualitativos y cuantitativos de obtención de la información	A6 A12	
Realizar un análisis básico de la información e interpretar y exponer los resultados	A7 A12 A15 A16	B1 B3 B5 B9
Someter a contraste y discusión las ideas expuestas en las lecciones magistrales		B4 B5 B8

Revisar con cierta periodicidad la evolución de los resultados obtenidos	B2 B13
Gestión efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial	B15
Mostrar motivación por la calidad y la mejora continua	B19

Contenidos

Tema	
Tema 1: El papel de la investigación comercial	Objetivos del tema. Concepto. Aplicaciones. Limitaciones. Consideraciones éticas. Tipos de investigación. Etapas. Fuentes de información.
Tema 2: Investigación exploratoria. Técnicas cualitativas	Objetivos del tema. Características. Reunión de grupos. Entrevista en profundidad. Técnicas proyectivas. Observación.
Tema 3: Investigación causal y descriptiva. Técnicas cuantitativas.	Objetivos del tema. Características. Experimentación. Encuestas ad hoc. Encuestas periódicas.
Tema 4: Medición y escalas	Objetivos del tema. Medición y propiedades de las escalas. Escalas básicas. Escalas comparativas. Escalas no comparativas. Creación de escalas. Evaluación de las escalas.
Tema 5: Diseño del cuestionario	Objetivos del tema. Concepto y funciones del cuestionario. Tipos de preguntas. Elaboración de las preguntas. Estructura y secuencia del cuestionario. Pretest del cuestionario.
Tema 6: Diseño y procedimiento de muestreo	Objetivos del tema. Conceptos básicos. Etapas en la selección de la muestra. Muestreo no probabilístico. Muestreo probabilístico. Cálculo del tamaño de la muestra.
Tema 7: Analisis de los datos	Objetivos del tema. Consideraciones previas. Etapas. Codificación. Análisis univariante. Análisis bivariante. Análisis multivariante.
Tema 8: Elaboración del informe	Objetivos del tema. Importancia del informe. Estructura del informe. Presentación.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión magistral	29	30	59
Prácticas de laboratorio	17.5	16	33.5
Prácticas autónomas a través de TIC	0	15	15
Otros	0	10	10
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	2.5	15	17.5
Pruebas de respuesta corta	2	12	14

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

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Presentación del contenido y objetivos de la materia, metología de trabajo y sistemas de control y evaluación.
Sesión magistral	Exposición de las bases teóricas y orientación por parte del profesor sobre los contenidos del programa. Se recomienda al estudiante que trabaje previamente el material entregado por el profesor, con el fin de seguir las explicaciones y participar activamente en las cuestiones y preguntas planteadas a lo largo de la clase. En ningún caso las transparencias constituyen material suficiente sobre el contenido de la asignatura.
Prácticas de laboratorio	Las sesiones prácticas tendrán lugar en seminarios y en aulas de informática. En cada sesión se propondrán actividades de aplicación de los conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas relacionadas con la materia objeto de estudio.
Prácticas autónomas a través de TIC	Se trata de actividades no presenciales que posibilitan el seguimiento y evaluación del alumno y que deberán realizarse en los plazos señalados.
Otros	A lo largo del cuatrimestre se le podrán proponer al estudiante algunas actividades complementarias.

Atención personalizada

Metodologías	**Descripción**
Prácticas de laboratorio	Cada estudiante le solicitará al profesor las aclaraciones que estime oportunas para comprender mejor la materia y desarrollar con éxito las actividades propuestas. Además el profesor establecerá al principio de curso un horario para tutorías individuales al que el alumno puede acudir para resolver cualquier tipo de duda referente a la materia.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Prácticas de laboratorio	Se evaluará la asistencia, la actitud y el nivel de aprovechamiento de las prácticas mediante la entrega de la propuesta de solución para las mismas.	20
Prácticas autónomas a través de TIC	Se evaluará la resolución de los cuestionarios y de los casos propuestos vinculados a las clases magistrales y a las sesiones prácticas.	10
Otros	Actitud personal, participación y nivel de seguimiento del conjunto de actividades de la materia.	10
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	A mitad de curso en alguna de las sesiones prácticas presenciales se propondrán unas preguntas o un caso práctico que el alumno debe resolver de manera individual y que permite evaluar su nivel de conocimiento adquirido hasta ese momento.	10
Pruebas de respuesta corta	Una vez finalizada la docencia presencial el alumno deberá realizar una prueba escrita que consistirá en responder a preguntas directas y breves sobre aspectos concretos del contenido del programa.	50

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para superar la materia el alumno deberá conseguir una puntuación mínima de 5 puntos. La puntuación obtenida por la participación y la realización y entrega de todas las tareas establecidas por el profesor se mantiene en la convocatoria de junio y julio del curso académico en vigor pero no se guardará para cursos sucesivos.

Cualquier estudiante que durante el curso participe en el 20% de las pruebas de evaluación del programa no podrá en ningún caso obtener la calificación de no presentado.

Los alumnos que no puedan seguir la evaluación continua serán examinados mediante una prueba escrita que representará como máximo un 60% de la calificación final, y no necesariamente coincidirá con la del resto de los alumnos.

Fuentes de información

Malhotra, N.K., **Investigación de mercados**, Quinta edición,

Zikmund, W. G., **Fundamentos de investigación de mercados**, Segunda edición,

Fernández Nogales, A., **Investigación y técnicas de mercados**, Segunda edición,

García Ferrer, G, **Investigación comercial**, Segunda edición,

Hair, J.R.; Anderson, R.E.; Tatham, R.L.; Black, W.C., **Análisis multivariante**, Quinta edición,

Hair, J.R.; Bush, R.; Ortinau, D., **Investigación de mercados**, Segunda edición,

Pedret, R.; Sagnier, L.; Camp, F., **La investigación comercial como soporte del marketing**,

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

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Dirección comercial I/V03G020V01403
Dirección comercial II/V03G020V01502

DATOS IDENTIFICATIVOS

Planificación financiera

Asignatura	Planificación financiera			
Código	V03G020V01702			
Titulacion	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Cibran Ferraz, Maria Pilar			
Profesorado	Cibran Ferraz, Maria Pilar Huarte Galban, Cecilio			
Correo-e				
Web				
Descripción general	El objetivo de esta asignatura es que el alumno sepa hacer un diagnóstico de las necesidades financieras de la empresa y elaborar la planificación financiera de la misma a corto y largo plazo.			

Competencias de titulación

Código	
A2	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las interrelaciones existentes entre los distintos subsistemas que conforman el sistema empresarial
A7	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial
A8	Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio
A9	Identificar la generalidad de los problemas económicos que se plantean en las empresas, y saber utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución
A12	Solucionar de manera efectiva problemas y tomar decisiones utilizando métodos cuantitativos y cualitativos apropiados, incluyendo entre ellos la identificación, formulación y solución de los problemas empresariales
A16	Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B3	Habilidades relacionadas con el uso de aplicaciones informáticas utilizadas en la gestión empresarial
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B10	Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Saber hacer un diagnóstico de las necesidades financieras de una empresa	A7 A8	B1 B2 B3 B4 B9 B10
Elaborar la planificación financiera a corto plazo de una empresa	A2 A8 A9 A12 A16	B3 B13
Elaborar la planificación financiera a largo plazo de una empresa	A2 A8 A9 A12 A16	B3 B13

Contenidos

Tema

Tema 1. Conceptos generales de Planificación Financiera.	1.1. La Planificación en la Empresa 1.2. Planificación Financiera 1.3. Elementos de interés en la Planificación Financiera 1.4. Por dónde empezar la Planificación Financiera 1.5. Análisis de las Necesidades Financieras
Tema 2. Diagnóstico económico-financiero.	2.1.El equilibrio financiero 2.2. Análisis de la rentabilidad 2.3. Ratios
Tema 3. Planificación Financiera a corto plazo	3.1.Introducción 3.2. Elaboración de Estados Previsionales a corto plazo
Tema 4. Planificación Financiera a largo plazo	4.1. Introducción 4.2. Elaboración de Estados Financieros Previsionales a Largo Plazo 4.3. Refinanciación de Déficits en la Planificación Financiera 4.4. El control

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	30	45	75
Resolución de problemas y/o ejercicios	15	22.5	37.5
Tutoría en grupo	5	5	10
Resolución de problemas y/o ejercicios	2.5	25	27.5

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Aprendizaje colaborativo entre el profesor y el alumno, bien individualmente o en grupos reducidos para la resolución de dudas y consultas del alumnado relacionados con la materia.
Tutoría en grupo	Aprendizaje colaborativo entre el profesor y el alumno, bien individualmente o en grupos reducidos para la resolución de dudas y consultas del alumnado relacionados con la materia.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Evaluación mediante ejercicios prácticos sobre los contenidos prácticos expuestos en las sesiones magistrales: 30%.	30
Tutoría en grupo	Evaluación de la exposición de la realización de forma autónoma o en grupos de ejercicios propuestos previamente a las sesiones	10
Resolución de problemas y/o ejercicios	Desarrollo, resolución y defensa de un caso integral de diagnóstico, planificación a corto y largo plazo elaborado en grupo y supervisado en clase sobre la adquisición de competencias de conocimiento, destrezas en la práctica y adaptación a nuevas situaciones.	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

Evaluación continua:

1.- Pruebas descritas objeto de calificación que configurarán el 40% de la nota.

2.- Desarrollo, resolución y defensa de un caso integral de diagnóstico, planificación a corto y largo plazo elaborado en grupo

y supervisado en clase sobre la adquisición de competencias de conocimiento, destrezas en la práctica y adaptación a nuevas situaciones (60%)

Los alumnos que no superen la evaluación continua y los que no la han seguido, serán evaluados con un examen de carácter global sobre los conocimientos de todos los contenidos de la materia, destrezas en la práctica y adaptación a nuevas situaciones. Se exige un nivel mínimo obligatorio para superarlo. La calificación del alumno que no supere los mínimos contemplados en la prueba será de suspenso.

Para la segunda convocatoria, se realizará una prueba escrita presencial que valorará las competencias del alumno sobre la materia, exigiendo un nivel mínimo para superar la misma.

Fuentes de información