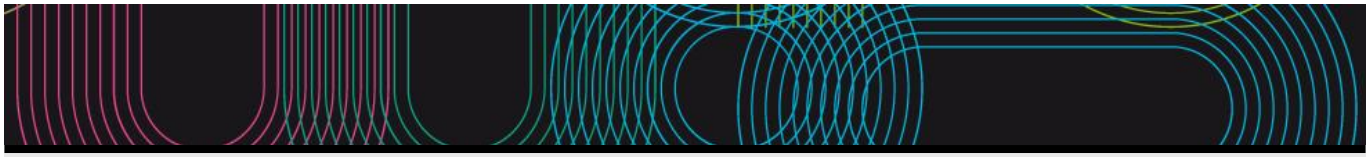

E. U. de Estudios Empresariales

(*)UBICACIÓN

(*)

ENDEREZO: RÚA TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

PARA VER A SITUACIÓN NO MAPA PREMA NO SEGUINTE ENLACE OU BEN USE STREETVIEW. PARA ACCESO POR BUS: VITRASA

FOTOS DO EDIFICIO CENTRAL DA E.U.E.E E DA AMPLIACIÓN (EDIFICIO ANEXO Á E.U.ENX.TEC.IND.)

(*)COMO CHEGAR Á ESCOLA DE EMPRESARIAIS

(*)

(*)INSTALACIÓNS E SERVIZOS

(*)

(*)EQUIPO DIRECCIÓN

(*)

EQUIPO DE DIRECCIÓN DA E.U.E.E DE VIGO

DIRECTOR: D. Patricio Sánchez Bello

SUBDIRECTOR DE DOCENCIA: D. Ricardo Luaces

SUBDIRECTOR DE CALIDADE E ESPAZO EUROPEO: Dª Pilar Muñoz

SUBDIRECTORA DE RELACIÓNS EXTERIORES: Dª Consuelo Currás

SECRETARIA: Dª Mar Riveiro

(*)CALENDARIO ESCOLAR 2013-2014

(*)

CALENDARIO ESCOLAR 2013-2014

http://secxeral.uvigo.es/opencms/export/sites/secxeral/sites/default/microsites/sxeral/Secretaria_xeral/CALENDARIO.pdf

http://secxeral.uvigo.es/opencms/export/sites/secxeral/sites/default/microsites/sxeral/Secretaria_xeral/crono_13_14.pdf

(*)BOLSAS E AXUDAS Ó ESTUDIANTE

(*)

(*)ALUMNOS CON NECESIDADES ESPECIAIS

(*)

(*)CULTURA, EMPREGO E ORIENTACIÓN Ó ALUMNO

(*)

(*)SEGURO ESCOLAR

(*)

(*)INTERCAMBIOS CON UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS E ESTRANX

(*)

Grado en Comercio

Asignaturas

Curso 4

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

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

Competencias de titulación
Código

Competencias de materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
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. CE8. Conocer las variables que intervienen en el comercio interior e internacional, el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia. CE9 Conocer el marco jurídico y económico en que se desarrollan las actividades comerciales, aprendiendo a manejar los textos legales correspondientes y a entender y utilizar la terminología jurídica y económica precisa. CE14. Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio. CE16. Conocer, saber localizar, seleccionar y analizar la información necesaria para el análisis, diseño e implantación de estrategias y la gestión operativa del comercio. CE18. Dominar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables y financieras para el diseño, procesamiento, generación e interpretación de informes, tanto a nivel global como funcional, en especial los vinculados a la actividad comercial de la organización CE20. Estar capacitado para discriminar los costes e ingresos relevantes con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones de planificación y control y la mejora continua. 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. CE22. Manejar, procesar, interpretar y valorar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que se generen en los diferentes contextos y actividades del comercio. CE24. 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 CE25. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones. Competencias Transversales 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). CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo. CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.	

Contenidos
Tema

1. La contabilidad en la sociedad actual.
2. La información en la contabilidad.
3. Programas informáticos y su aplicación
4. Simulación informática contable.
5. Gestión contable informatizada
6. Obtención de la documentación contable

Planificación

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

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	El estudiantado podrá utilizar las tutorías determinadas por el profesorado para recibir una atención personalizada, con el fin de resolver sus dudas de las clases teóricas y prácticas.
Resolución de problemas y/o ejercicios	El estudiantado podrá utilizar las tutorías determinadas por el profesorado para recibir una atención personalizada, con el fin de resolver sus dudas de las clases teóricas y prácticas.
Prácticas de laboratorio	El estudiantado podrá utilizar las tutorías determinadas por el profesorado para recibir una atención personalizada, con el fin de resolver sus dudas de las clases teóricas y prácticas.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios		50
Pruebas de respuesta corta		50

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los alumnos que opten por seguir la evaluación NO continua serán examinados mediante una prueba escrita valorada sobre 10 puntos, que no necesariamente coincidirá con el resto de los alumnos.

Buenas prácticas.

1. No está permitido hacer uso de teléfonos móviles, ordenadores portátiles o similares durante las clases ni en los exámenes

2. No está permitido comer ni beber (salvo agua) en clase.

3. El plagio total o parcial en las actividades entregadas conllevará la invalidación de las mismas.

4. El alumno deberá presentarse al examen debidamente identificado, con el D.N.I o pasaporte, no siendo válido ningún otro documento.

Fuentes de información

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Creación de empresas comerciales				
Asignatura	Creación de empresas comerciales			
Código	V06G270V01702			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	López Vidal, María Pilar			
Profesorado	López Vidal, María Pilar			
Correo-e	mplopez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Con el fin de que el alumno relacione y aplique los conocimientos adquiridos en la carrera, el programa tendrá un carácter práctico, orientado al desarrollo de las actitudes y habilidades del alumno y basado en el trabajo en equipo. Se formarán grupos de trabajo 4 0 5 estudiantes que desarrollarán un proyecto de creación de empresa.			

Competencias de titulación	
Código	
A14	CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B12	CT12. Creatividad.
B15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
B18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Competencias de materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
E 14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.	A14
Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.	B3
Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.	B5
Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.	B6
Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación	B7
Capacidad para liderar y trabajar en equipo.	B8
Creatividad.	B12
Compromiso ético en el trabajo.	B15
Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.	B18

Contenidos
Tema
1. Factores de creación de empresas 2. El empresario emprendedor 3. La idea de crear una empresa 4. El diseño del proyecto de empresa: el plan director 5. Elaboración del proyecto de empresa: el plan de negocio 6. Requisitos legales para la constitución de la empresa 7. Elaboración de un proyecto de empresa

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	28	20	48
Trabajos de aula	6	15	21
Proyectos	20	50	70
Presentaciones/exposiciones	2	5	7
Trabajos y proyectos	2	0	2
Pruebas de respuesta corta	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	Explicación de la base teórica necesaria para la elaboración del plan de negocio.
Trabajos de aula	Presentación y debate de los pasos requeridos para la elaboración del plan de negocio.
Proyectos	Orientación y tutela de los alumnos para la elaboración del proyecto de empresa.
Presentaciones/exposiciones	Orientación y corrección de las exposiciones y defensas del plan de negocio que a lo largo del curso irán haciendo los alumnos al finalizar cada una de las etapas establecidas.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos de aula	Reflexión y corrección sobre la evolución en la elección de la idea de empresa y en la realización del plan de negocio.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Trabajos de aula	Asistencia, actitud y participación del alumno en el desarrollo de las sesiones prácticas	10
Presentaciones/exposiciones	Exposición y defensa del proyecto de empresa. Se tendrá en cuenta la originalidad de la idea, la calidad de la presentación, las respuestas dadas a las cuestiones planteadas y la imagen personal del alumno en la presentación.	20
Trabajos y proyectos	Elección de la idea de empresa y elaboración del plan de negocio.	50
Pruebas de respuesta corta	Sobre los temas expuestos en las sesiones magistrales	20

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación del alumno se compondrá de:

La superación de la prueba de respuesta corta es un requisito imprescindible para superar la materia, teniendo que obtener al menos la mitad de la puntuación otorgada a este concepto.

El Plan de Negocio de una nueva empresa se realizará en grupo y tendrá que ser entregado con una antelación de 7 días para su evaluación, obteniendo todos los miembros del grupo la misma calificación sobre el contenido del mismo.

Exposición y defensa del Plan de Negocio por parte de todos los miembros del grupo, calificando de forma individual la calidad de la exposición, de las respuestas, de los medios empleados, la actitud e imagen personal en la exposición.

Trabajos en el aula, considerando para cada alumno la asistencia, actitud y participación activa en las sesiones.

Fuentes de información

Fernández Aguado, J., **1000 Consejos para un emprendedor**, Ed. Cie Dossat 2000,

Fernández Aguado, J. López, I. y Rodríguez Fernel, A., **Manual para la creación de empresas**, Edisofer,

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

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

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

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

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

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

Recomendaciones

Otros comentarios

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

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

Competencias de titulación
Código

Competencias de materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
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. CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio. CG4. Comunicar de modo efectivo tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales. 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. CE23. Desarrollar los conocimientos necesarios para formular y analizar la información financiera relacionada con las combinaciones de negocios. CE28. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas d E reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos. CE30. Manejar, procesar, interpretar y valorar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que se generen en los diferentes contextos y actividades del comercio. CE37. Dominar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables y financieras para el diseño, procesamiento, generación e interpretación de informes, tanto a nivel global como funcional, en especial los vinculados a la actividad comercial de la organización 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). CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo. CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico. CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares. CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas. CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo. CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista. CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones. CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo. CT15. Compromiso ético en el trabajo. CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo	

Contenidos
Tema
1.INTRODUCCIÓN

2. DEFINICIÓN DE COMBINACIÓN DE NEGOCIOS DE LAS EMPRESAS
3. TIPOS DE COMBINABINACIONES DE NEGOCIOS DE LAS EMPRESAS
4. OTRAS CUESTIONES RELATIVAS A LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA. APLICACIÓN PRÁCTICA

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	10	20	30
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	10	20	30
Sesión magistral	28	56	84
Pruebas de respuesta corta	2	4	6
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

Metodologías	
	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de ejercicios prácticos.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Elaboración y presentación de casos prácticos por parte del alumnos
Sesión magistral	Conceptos teóricos básicos

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Resolución de problemas y/o ejercicios	El estudiantado podrá utilizar las tutorías determinadas por el profesorado para recibir una atención personalizada, con el fin de resolver sus dudas de las clases teóricas y prácticas.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	El estudiantado podrá utilizar las tutorías determinadas por el profesorado para recibir una atención personalizada, con el fin de resolver sus dudas de las clases teóricas y prácticas.

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios	Evaluación competencias prácticas través de la resolución de ejercicios	40
Sesión magistral	Evaliación de la adquisición de conceptos teóricos con pruebas de respuesta cortas teóricas y prácticas sobre los contenidos de la materia	40
Pruebas de respuesta corta		20

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los alumnos que opten por seguir la evaluación NO continua serán examinados mediante una prueba escrita valorada sobre 10 puntos, que no necesariamente coincidirá con el resto de los alumnos.

Buenas prácticas.

1. No está permitido hacer uso de teléfonos móviles, ordenadores portátiles o similares durante las clases ni en los exámenes

2. No está permitido comer ni beber (salvo agua) en clase.

3. El plagio total o parcial en las actividades entregadas conllevará la invalidación de las mismas.

4. El alumno deberá presentarse al examen debidamente identificado, con el D.N.I o pasaporte, no siendo válido ningún otro documento.

Fuentes de información

CEF, **Contabilidad de instrumentos financieros y combinaciones de negocios. 150 supuestos prácticos**, 2008,

Recomendaciones

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

Competencias de titulación	
Código	
A1	CE1. Conocer y comprender los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización.
A2	CE2. Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto. Saber vincular el objeto y condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.
A3	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.
A6	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.
A10	CE10. Desarrollar los conocimientos necesarios para formular y analizar la información financiera relacionada con las combinaciones de negocios.
A16	CE16. Conocer y entender el tratamiento jurídico de los tipos más relevantes de los contratos mercantiles, aprendiendo a interpretarlos y a conocer los principios básicos de su redacción y ejecución a través de las distintas modalidades de cumplimiento y pago, en especial a través de efectos de comercio y adquiriendo competencia para su extensión y comprensión sobre las consecuencias de su utilización.
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.
A21	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.
A22	CE22. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.
A24	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.
B1	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).
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
B12	CT12. Creatividad.
B13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
B15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
B16	CT16. Iniciativa.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Analizar las situaciones de negocio y determinar los tipos de riesgo en los que la empresa incurre, sus causas y los modos en los que pueden manifestarse.	A1 A2 A3 A22
Evaluar cualitativa y cuantitativamente la probabilidad de que un riesgo se produzca y, en su caso, la intensidad del mismo y los efectos sobre la empresa.	A10 A22 A24
Seleccionar las acciones y medidas que pueden ponerse en marcha para reducir y controlar los riesgos, limitando o eliminando los efectos.	A22
Resolver problemas aplicados a diferentes actividades empresariales, tanto nacionales como internacionales, con riesgos asociados; aplicando las técnicas matemáticas adecuadas e interpretando correctamente los resultados obtenidos.	A21
Valorar el coste de las medidas elegidas para cubrir el riesgo, así como los posibles efectos adversos si el riego deja de cubrirse.	A19
Conocer y entender jurídica y contractualmente los diferentes instrumentos de cobertura de riesgo.	A6 A16
Analizar los resultados obtenidos por el sistema de cobertura de riesgos elegido, de modo que puedan extraerse consecuencias y pautas para operaciones futuras.	A19
Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo.	B3
Adquirir habilidades de comunicación oral y escrita	B1
Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.	B13
Creatividad y pensamiento crítico	B4 B12
Capacidad para liderar y tomar decisiones.	B6 B8 B16
Capacidad para trabajar en equipo, apreciando diferentes puntos de vista.	B8 B9 B15

Contenidos

Tema	
Tema 1: El riesgo en la empresa	1.1. Concepto 1.2. Tipos de riesgos que afectan a la empresa 1.3. Proceso para gestionar el riesgo en la empresa 1.4. Medidas del riesgo en la actividad empresarial 1.5. Instrumentos de cobertura 1.6. Cuestionario
Tema 2: El riesgo comercial	2.1. Concepto 2.2. Tipología de los riesgos comerciales 2.2.1. El riesgo de cobro 2.2.2. El riesgo de crédito 2.3. Proceso para la gestión del riesgo comercial 2.4. La morosidad y la gestión de impagados 2.5. La medición del riesgo comercial 2.6. Instrumentos de cobertura del riesgo comercial 2.7. Cuestionario
Tema 3: El riesgo financiero	3.1. Concepto y tipología de los riesgos financieros 3.2. La gestión del riesgo de tipo de interés 3.2.1. A qué tipo de operaciones afecta 3.2.2. Medición 3.2.3. Instrumentos de cobertura 3.3. La gestión del riesgo de tipo de cambio 3.3.1. A qué tipo de operaciones afecta 3.3.2. Medición 3.3.3. Instrumentos de cobertura 3.4. Cuestionario
Tema 4: El riesgo comercial y financiero en la empresa internacional	4.1. Concepto de riesgo internacional 4.2. La gestión del riesgo comercial en la empresa internacional 4.3. La gestión del riesgo financiero en la empresa internacional 4.4. Cuestionario

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	4.5	6.75	11.25

Resolución de problemas y/o ejercicios	13	26	39
Prácticas de laboratorio	4.5	6.75	11.25
Sesión magistral	28	56	84
Trabajos y proyectos	0	4.5	4.5

*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	Análisis de un hecho, problema o suceso real, con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, reflexionar, contrastar datos, diagnosticarlo y entrenarse en procedimientos alternativos de solución.
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante la aplicación de fórmulas o procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados
Prácticas de laboratorio	Resolución de problemas con bases de datos en el aula de informática.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de las bases teóricas y/o directrices de la materia para la resolución de casos y ejercicios.

Atención personalizada

Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	Atención a preguntas y dudas planteadas por el alumno en el desarrollo del trabajo.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Estudio de casos/análisis de situaciones	Correcta aplicación de los conceptos aprendidos en los casos propuestos y resueltos en el aula.	10
Resolución de problemas y/o ejercicios	Correcta aplicación de los conceptos explicados en la resolución de problemas en el aula.	40
Sesión magistral	Correcta exposición y desarrollo de los conceptos teóricos expuestos en el aula.	40
Trabajos y proyectos	Correcta aplicación de los conceptos aprendidos en las prácticas de laboratorio	10

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

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

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

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

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

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

Estadística: Estadística/V06G270V01205

Decisiones de inversión en el comercio/V06G270V01402

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

Competencias de titulación	
Código	
A8	CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
B18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Competencias de materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.	A8
Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.	B6
Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.	B7
Capacidad para liderar y trabajar en equipo.	B8
Compromiso ético en el trabajo.	B15
Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.	B18

Contenidos	
Tema	
1. El comportamiento de las personas y la cultura empresarial	
2. Habilidades personales	2.1. Atributos individuales 2.2. Usos sociales
3. Habilidades directivas	3.1. Liderazgo personal y profesional 3.2. Toma de decisiones 3.3. Trabajo en equipo 3.4. Motivación del personal 3.5. Resolución de conflictos 3.6. Organización y dirección de reuniones
4. Habilidades comerciales	4.1. Comunicación 4.2. Negociación 4.3. Hablar en público
5. Imagen personal y profesional y su repercusión en la imagen de la empresa	

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales

Sesión magistral	28	30	58
Estudio de casos/análisis de situaciones	20	50	70
Pruebas de respuesta corta	2	20	22

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición de los contenidos teóricos básicos para el desarrollo de la materia y su aplicación al análisis de situaciones.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Planteamiento de situaciones relacionadas con la materia teórica con el fin de analizar la forma de actuación ante hechos reales o ficticios que pueden ocurrir en la actividad de la empresa.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Tanto a nivel de grupo de prácticas como en tutorías personales habrá un seguimiento personal de cada alumno, en el desarrollo de esta materia.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Preguntas de respuesta corta sobre los temas del programa y relacionadas con una situación dada como punto de partida.	60
Estudio de casos/análisis de situaciones	Asistencia, actitud, participación, planteamiento y análisis de situaciones que se desarrollarán en el aula a lo largo del curso.	40

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los alumnos que no tengan un mínimo de un 80% de participación en el análisis de situaciones tendrán que realizar un examen que tendrá valor del 100% de la calificación.

Para la convocatoria extraordinaria se tendrá en cuenta la valoración obtenida por el alumno en el análisis de situaciones, en las mismas condiciones del párrafo anterior.

Fuentes de información

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

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

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

Recomendaciones

Otros comentarios

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

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

Competencias de titulación	
Código	
A6	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.
A12	CE12. Entender la normativa reguladora de las relaciones laborales y de la seguridad social, adquiriendo la capacidad de informar y gestionar en materia de empleo, contratación laboral y riesgos para la salud asociados a las tareas, adquiriendo capacidades y destrezas para la confección de nóminas, cotizaciones sociales y finiquitos.
A17	CE17. Ser capaz de identificar y operar con los sujetos colectivos en el campo de las relaciones laborales, así como con sus instituciones básicas: libertad sindical, negociación colectiva y derecho de huelga.

Competencias de materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Entender la normativa reguladora de las relaciones laborales y de la seguridad social, adquiriendo la capacidad de informar y gestionar en materia de empleo, contratación laboral y riesgos para la salud asociados a las tareas, adquiriendo capacidades y destrezas para la confección de nóminas, cotizaciones sociales y finiquitos.	A12
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.	A6
Ser capaz de identificar y operar con los sujetos colectivos en el campo de las relaciones laborales, así como con sus instituciones básicas: libertad sindical, negociación colectiva y derecho de huelga.	A17

Contenidos	
Tema	
1. Concepto y fuentes de la Seguridad Social.	1.1. Introducción. 1.2. Evolución de la Seguridad Social en España. 1.3. Fuentes de la Seguridad Social.
2. Campo de aplicación de la Seguridad Social.	2.1. Ámbito subjetivo del sistema español de Seguridad Social. 2.2. La estructura y composición del sistema de Seguridad Social.
3. Gestión de la Seguridad Social.	3.1. Entidades gestoras: servicios comunes. 3.2. Colaboración en la gestión de la Seguridad Social.
4. Actos de encuadramiento en la Seguridad Social.	4.1. Inscripción de empresas. 4.2. Afiliación. 4.3. Alta. 4.4. Baja.
5. Financiación de la Seguridad Social.	5.1. Sistemas de financiación y recursos financieros. 5.2. Cotización al Régimen General de la Seguridad Social. 5.3. Recaudación de cuotas.
6. Acción protectora de la Seguridad Social.	6.1. Contingencias protegidas. 6.2. Accidente de trabajo. 6.3. Enfermedad profesional. 6.4. Contingencias comunes.

7. Incapacidad temporal, maternidad, paternidad y riesgo durante el embarazo y la lactancia.	7.1. La incapacidad temporal: concepto y contenido. 7.2. Protección por maternidad: concepto y contenido. 7.3. Protección por riesgo durante el embarazo y la lactancia: concepto y contenido. 7.4. Las prestaciones por paternidad.
8. Incapacidad permanente.	8.1. Incapacidad permanente: concepto y contenido. 8.2. Modalidad contributiva. 8.3. Modalidad no contributiva.
9. Jubilación.	9.1. La protección de la vejez: concepto y contenido. 9.2. Modalidad contributiva. 9.3. Modalidad no contributiva.
10. Protección de la familia: muerte y supervivencia y prestaciones familiares.	10.1. La protección a la familia en el sistema de Seguridad Social. 10.2. La protección por muerte y supervivencia. 10.3. La pensión de viudedad. 10.4. Pensión de orfandad. 10.5. Prestaciones a favor de familiares.
11. La proteccion por desempleo.	11.1. Concepto y clases de desempleo. 11.2. Nivel contributivo. 11.3. Nivel asistencial. 11.4. Renta activa de inserción y otras ayudas adicionales.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	4	10	14
Sesión magistral	29	16	45
Prácticas de laboratorio	18	27	45
Otras	1	45	46

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	El Profesor atenderá las dudas teórico-prácticas que se le planteen a los alumnos tanto en las sesiones de prácticas de laboratorio como en las de seminario. Además, el alumno recibirá atención personalizada en el horario de tutoría que a tal efecto se publique para los Profesores del Centro.
Seminarios	El Profesor atenderá las dudas teórico-prácticas que se le planteen a los alumnos tanto en las sesiones de prácticas de laboratorio como en las de seminario. Además, el alumno recibirá atención personalizada en el horario de tutoría que a tal efecto se publique para los Profesores del Centro.

Evaluación

	Descripción	Calificación

Seminarios	Los alumnos deberán presentar un trabajo por escrito propuesto por el profesor y defenderlo mediante su exposición oral. Se valorará en la presentación escrita su estructura y y la calidad de su contenido. En la presentación oral se valorará la claridad y capacidad de sintesis del alumno.	10
Prácticas de laboratorio	En las prácticas de laboratorio se realizarán dos pruebas tipo test, en las fechas que el profesor señale, sobre los contenidos teóricos de la materia. Por cada prueba se podrá obtener una nota máxima de 1 punto (por tanto por la realización de ambas pruebas, podrán obtenerse hasta 2 puntos de la calificación final). También, en estas prácticas se desarrollarán los casos prácticos que plantee el profesor para su resolución por el alumno, bien de forma autónoma o bien de forma guiada. Por la buena resolución y por las buenas intervenciones que se produzcan en este apartado, podrá obtenerse un máximo de 1 punto.	30
Otras	En este apartado se valora el resultado obtenido mediante el examen final. La nota máxima que se podrá alcanzar en dicho exámen será de 6 puntos, de los que 3,5 puntos coresponderán a la parte teórica y 2,5 puntos a la parte práctica. Para que la nota obtenida por los conceptos correspondientes a la evaluación contínua se pueda sumar a la nota obtenida en el exámen final, habrá que obtener en esta prueba una calificación mínima de 2 puntos (sobre 6).	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Los alumnos que no entren en el sistema de "evaluación contínua más examen final" que figura en esta guía, serán evaluados sobre 10 puntos en un examen teórico-práctico de formato diferente al de los alumnos que sí han seguido la evaluación contínua.

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

Fuentes de información

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

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

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

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

Recomendaciones

Otros comentarios

Se recomienda a los alumnos la asistencia a las sesiones teóricas y prácticas provistos de los textos legales objeto de estudio y trabajo en el aula.

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

Competencias de titulación	
Código	
A15	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.

Competencias de materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio.	A15
Identificar situaciones en las que es necesario tomar decisiones en entornos complejos y reconocer los modelos aplicables.	A15
Resolver problema prácticos con los distintos métodos de investigación operativa.	A15

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

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	15	45	60
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	5	15	20
Sesión magistral	25	25	50
Pruebas de respuesta corta	3	3	6
Resolución de problemas y/o ejercicios	7	7	14
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Los alumnos serán atendidos por el profesor, de forma personalizada, en el horario de tutorías. Asimismo el profesor responderá, durante las clases teóricas y prácticas, a cualquier cuestión o duda planteada por los alumnos.

Evaluación

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

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

Fuentes de información

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

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

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Técnicas de investigación social				
Asignatura	Técnicas de investigación social			
Código	V06G270V01708			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Sociología, ciencia política y de la administración y filosofía			
Coordinador/a	Varela Caruncho, María Luz			
Profesorado	Varela Caruncho, María Luz			
Correo-e	lvarela@uvigo.es			
Web	http://euee.uvigo.es			
Descripción general	El objetivo fundamental de esta materia es el conocimiento de las técnicas de investigación social y de su aplicación a la actividad comercial.			

Competencias de titulación	
Código	
A3	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.
A8	CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.
A25	CE25. Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales.
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
B15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida	A3	
Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales	A8 A25	
Ser capaz de reconocer la complejidad de la realidad social y de plantear una investigación aplicada en los diferentes dimensiones de la sociedad.	A25	
Ser capaz de elaborar, utilizar e interpretar indicadores sociales e instrumentos de medición de lo social.	A25	
Saber realizar diagnósticos de situación así como evaluaciones de políticas, planes y programas desde la perspectiva de género.	A25	
Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.		B3
Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.		B4
Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.		B6
Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.		B13
Compromiso ético en el trabajo.		B15

Contenidos
Tema

1. Metodología de las ciencias sociales y técnicas de investigación social.	1.1 - Las técnicas de investigación social: aspectos fundamentales - Las técnicas cualitativas en el análisis de la realidad. Principlales técnicas cualitativas. - El proceso de investigación social: La organización de la investigación. - Diseño de un proyecto de investigación social: caso práctico
2. Metodología, estrategias y técnicas para el diseño e implementación de proyectos: La perspectiva de género.	2.1 - Estrategias y técnicas en el diseño e implementación de proyectos: aspectos fundamentales - La importancia de la evaluación: consideraciones para la toma de decisiones. - Los criterios, tipos y fases de la evaluación. Modelos de evaluación - Elaboración de un diseño de evaluación: caso práctico.
3. Evaluación de políticas, planes, y programas: su aplicación a la actividad comercial.	3.1 - La evaluación de políticas públicas. - La evaluación de planes, programas y proyectos. - La evaluación de las políticas comerciales: el informe de evaluación. - Evaluación de una política comercial: caso práctico

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	11	11	22
Trabajos tutelados	20	20	40
Presentaciones/exposiciones	7	7	14
Sesión magistral	28	42	70
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	4	0	4
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

Metodologías

	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se analizaran casos concretos, problemas específicos o situaciones imprevistas con el objetivo de que el alumnado sea capaz de conocer, comprender, interpretar y proponer posibles soluciones o propuestas de mejora.
Trabajos tutelados	Se realizaran tres trabajos tutelados: - un diseño de un proyecto de investigación - un diseño de evaluación - una evaluación aplicada a una política comercial. Se facilitarán las pautas para la elaboración de los trabajos en cuanto a objetivos, estructura, contenidos y conclusiones.
Presentaciones/exposiciones	Se expondrán los trabajos realizados. Se facilitarán pautas para su presentación en cuanto a la metodología, los contenidos y las conclusiones.
Sesión magistral	Exposición de los contenidos de la materia objeto de estudio. Exposición de las bases teóricas y metodológicas fundamentales para la elaboración del trabajo/proyecto.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se realizará atención personalizada, especialmente en las clases prácticas.
Trabajos tutelados	Se realizará atención personalizada, especialmente en las clases prácticas.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se valorará el análisis de los casos planteados teniendo en cuenta las reflexiones, las consideraciones específicas, las propuestas realizadas para la intervención así como su pertinencia y coherencia.	20

Trabajos tutelados	Se valorarán los trabajos realizados teniendo en cuenta los objetivos, la estructura, la metodología, los contenidos, resultados y conclusiones.	40
Presentaciones/exposiciones	Se valorarán las exposiciones de los trabajos realizados. En su presentación se tendrá en cuenta la justificación, la adecuación a los objetivos, los recursos metodológicos, la transferencia del conocimiento así como las explicaciones y justificaciones a las cuestiones que se puedan plantear.	10
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	El alumnado deberá dar respuesta a la actividad planteada aplicando los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. Se valorarán los resultados de aprendizaje.	30

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Ander-Egg, E. (1987)*Técnicas de investigación social*. México. El Ateneo.

Cea D'Ancona, A. (2004) *Métodos de encuesta. Teoría y práctica, errores y mejora*. Madrid. Síntesis.

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

Ruiz Olabuénaga, J.I. (1996) *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao. Deusto.

Taylor,S.; Bogdan,R. (1986)*Introducción a los métodos cualitativos de investigación.* Barcelona. Paidós.

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Prácticas externas				
Asignatura	Prácticas externas			
Código	V06G270V01801			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	2c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Curras Valle, María Consuelo			
Profesorado				
Correo-e				
Web				
Descripción general	Esta materia tiene como objetivo aplicar los conocimientos adquiridos en la titulación mediante el desempeño de las tareas asignadas por la empresa durante el período tiempo establecido.			

Competencias de titulación	
Código	
A26	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.
B2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
B11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
B13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
B14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
B15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
B16	CT16. Iniciativa.
B17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
B18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Competencias de materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Resultados previstos en la materia		
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.	A26	B2
CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia		B2
CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.		B3
CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.		B5
CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.		B6
CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.		B8
CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.		B9
CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.		B11
B13 CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.		B13
CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.		B14
CT15. Compromiso ético en el trabajo		B15
CT16. Iniciativa.		B16
CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.		B17
CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.		B18

Contenidos
Tema

El contenido de esta materia quedará reflejado en el plan de trabajo establecido por la empresa siempre teniendo en cuenta su adecuación al contenido y habilidades adquiridas durante la titulación

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas externas	0	150	150
Informes/memorias de prácticas externas o prácticum	0	0	0
Otras	0	0	0

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

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

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Prácticas externas	El alumno contará con un tutor académico y un tutor en la empresa encargados de velar por el buen funcionamiento de la práctica y el desempeño del alumno. Asimismo, la atención personalizada dará respuesta a las cuestiones y dudas que pueda plantear el alumno relacionadas con el desarrollo de su práctica y servirá para hacer un seguimiento de la misma.
Pruebas	**Descripción**
Informes/memorias de prácticas externas o prácticum	El alumno contará con un tutor académico y un tutor en la empresa encargados de velar por el buen funcionamiento de la práctica y el desempeño del alumno. Asimismo, la atención personalizada dará respuesta a las cuestiones y dudas que pueda plantear el alumno relacionadas con el desarrollo de su práctica y servirá para hacer un seguimiento de la misma.
Otras	El alumno contará con un tutor académico y un tutor en la empresa encargados de velar por el buen funcionamiento de la práctica y el desempeño del alumno. Asimismo, la atención personalizada dará respuesta a las cuestiones y dudas que pueda plantear el alumno relacionadas con el desarrollo de su práctica y servirá para hacer un seguimiento de la misma.

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Prácticas externas	Se valorará la memoria y la evaluacion del tutor	0
Informes/memorias de prácticas externas o prácticum	Realización de la memoria de prácticas. Se valorará la estructura, el contenido y la oportación personal del alumno.	40
Otras	Evaluación del tutor dela empresa del trabajo desarrollado por el alumno.	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Recomendaciones

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

Competencias de titulación	
Código	
A7	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.
A15	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.
A25	CE25. Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales.
B1	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).
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
B16	CT16. Iniciativa.
B17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
B18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Adquirir conocimientos básicos para diseñar procesos de investigación comercial	A25	
Aplicar métodos cualitativos y cuantitativos de obtención de la información	A15	B5
Realizar un análisis básico de la información e interpretar y exponer los resultados	A7	B1 B18
Someter a contraste y discusión las ideas expuestas en las lecciones magistrales		B1
Gestión efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial		B3
Mostrar motivación por la calidad y la mejora continua		B16 B17

Contenidos
Tema

1. El papel de la investigación de mercados	Concepto. Aplicaciones. Limitaciones. Consideraciones éticas. Tipos de investigación. Etapas. Fuentes de información.
2. Investigación exploratoria. Técnicas cualitativas	Características. Reunión de grupos. Entrevista en profundidad. Técnicas proyectivas. Observación.
3. Investigación causal y descriptiva. Técnicas cuantitativas	Características. Experimentación. Encuestas ad hoc. Encuestas periódicas.
4. Investigación cuantitativa	Medición y propiedades de las escalas. Tipos de escalas: creación y evaluación Diseño del cuestionario Muestreo: conceptos básicos Tipos de análisis de datos
5. Elaboración del informe	Importancia del informe. Estructura del informe. Presentación.
6. Las redes sociales y la investigación de mercados	Introducción: las redes sociales más populares Las redes sociales como fuente de información comercial Análisis de resultados en redes sociales: herramientas
7. Investigación de mercados internacionales	Aspectos diferenciales de la investigación de mercados internacionales Metodología y fuentes de información

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas de laboratorio	17	34	51
Sesión magistral	28	28	56
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	1	5	6
Pruebas de respuesta corta	2	10	12

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Cualquier duda o consulta que desee realizar algún alumno podrá plantearla, bien durante el horario de tutorías establecido a principio de curso, o bien durante el trascurso de las clases, siempre que no perjudique el desarrollo de la materia.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Prácticas de laboratorio	Asistencia, actitud y rendimiento durante las prácticas, reflejado especialmente mediante las entregas de ejercicios.	30
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Prueba parcial a desarrollar en una sesión magistral a mitad de curso	20

Pruebas de respuesta corta	Prueba escrita e individual a realizar una vez finalizada la docencia. Incluye preguntas abiertas y cortas sobre los conceptos estudiados.	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**, 5ª, 2008,

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

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

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Economía internacional				
Asignatura	Economía internacional			
Código	V06G270V01803			
Titulacion	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía aplicada			
Coordinador/a	Santamaría Conde, Juan José			
Profesorado	Santamaría Conde, Juan José			
Correo-e	jjsanta@uvigo.es			
Web				
Descripción general	(*) Economía Internacional es una asignatura básica que se ofrece en el segundo semestre del cuarto año del Grado de Comercio. Consta de 6 créditos ECTs equivalentes a 150 horas de discencia, de las cuales un tercio corresponden a actividades presenciales y el resto a actividades no presenciales.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	CE1. Conocer y comprender los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización.
A3	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.
B1	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).
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
B5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
B9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
B10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
(*)Conocer la evolución de la economía mundial en las últimas épocas	A1	
Conocer y saber interpretar las relaciones económicas internacionales.	A3	B10
Observar y juzgar la evolución de la economía mundial y, dentro de ella, la de la economía española.		B1 B3 B4 B5 B9

Contenidos	
Tema	
Parte I. Introducción Tema 1. Teoría del Comercio internacional.	Análisis de los modelos explicativos del comercio intgerncional.
Tema 2. Las relaciones económicas internacionales.	Las Relaciones de Cooperación y los Procesos de Integración.
Tema 3. La política comercial.	Los instrumentos de la política comercial.
Tema 4. Las inversiones extranjeras y en el extranjero.	Aspectos conceptuales y factores de localización.
Tema 5. Los flujos financieros.	Las relaciones financieras centro-periferia
Tema 6. El sistema financiero interncional.	La volatilidad cambiaria y la desregulación de los mercados.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos de aula	3	5	8
Sesión magistral	28	50	78
Presentaciones/exposiciones	11	30	41
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	8	15	23

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

Metodologías	
	Descripción
Trabajos de aula	Bajo las directrices y supervisiión del profesor, el alumnado desarrolla los casos o ejercicios relacionados con el temario.
Sesión magistral	El profesor introduce al alumnado en los aspectos generales del programa de la asignatura y desarrolla los conceptos de comprensión más compleja. Asimismo porporciona al alumnado los materiales necesarios para sus tareas discentes. También se resolverán problemas y ejercicios prácticos relacionados con el tema a tratar. Se recomienda al alumnado que, fuera del aula, estudie el material entregado y, después, realice los ejercicios encomendados. Periódicamente se hará seguimiento de la participación en las sesiones magistrales y se realizarán controles de las tareas realizadas por el alumnado, a los efectos de la evaluación contínua
Presentaciones/exposiciones	Presentaciones en el aula, ante el profesor y demás compañeros, de casos prácticos relacionados con el temario de la asignatura

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Presentaciones/exposiciones	- Presentaciones/exposiciones: Tiempo dedicado por el profesor para atender las necesidades y consultas del alumnado en las presentaciones/exposiciones relacionadas con la materia. - Trabajos de aula;: Tiempo dedicado por el profesor para atender las necesidades y consultas del alumnando en la realización de sus trabajos de aula.
Trabajos de aula	- Presentaciones/exposiciones: Tiempo dedicado por el profesor para atender las necesidades y consultas del alumnado en las presentaciones/exposiciones relacionadas con la materia. - Trabajos de aula;: Tiempo dedicado por el profesor para atender las necesidades y consultas del alumnando en la realización de sus trabajos de aula.

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Trabajos de aula	Realización en el aula de los trabajos encomendados por el profesor.	10
Sesión magistral	Comprobación de los conocimientos y comprensión de los conceptos esenciales.	60
Presentaciones/exposiciones	Exposición de las presentaciones relacioanda con el temario.	10
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Desarollo por el alumnado de un tema, o parte de él, de los del temario de la asignatura.	20

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

- Krugman, Paul R. y Obstfield, Maurice (2010). *Economía Internacional. Teoría y Política.* Pearson. Madrid.

- Requejo, Jaime (02006). *Economía Mundial* . McGraw Hill . Madrid

Recomendaciones

Otros comentarios

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

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

Competencias de titulación	
Código	
A9	CE9. Coñecer as institucións máis relevantes do Dereito da empresa mercantil, adquirindo capacidade para entender e informar sobre os principais aspectos xurídico-empresariais.
A16	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.
B1	CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).
B3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.
B4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.
B15	CT15. Compromiso ético no traballo.
B18	CT18. Capacidade reflexiva sobre o propio traballo.

Competencias de materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Coñecer as institucións máis relevantes do Dereito da empresa mercantil, adquirindo capacidade para entender e informar sobre os principais aspectos xurídico-empresariais.	A9
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.	A16
Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).	B1
Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.	B3
Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.	B4
Compromiso ético no traballo.	B15
Capacidade reflexiva sobre o propio traballo.	B18

Contidos	
Tema	
Tema 1. INTRODUCCIÓN Á CONTRATACIÓN MERCANTIL.	1.1. Concepto de obriga en contrato mercantil. 1.2. Os contratos sometidos a condicións xerais. Outras formas de contratación. 1.3. Os contratos de comercio exterior.
Tema 2. A COMPRAVENDA MERCANTIL.	2.1. Concepto e réxime xurídico da compravenda mercantil. As obtrigas das partes. A transmisión dos riscos. 2.2. Compravendas empresariais especiais. 2.3. Contratos afíns a compravenda.

Tema 3. A CONTRATACIÓN NOS MERCADOS FINANCEIROS.	3.1. Organización e réxime xurídico da contratación nos mercados financeiros. 3.2. A contratación no mercado primario. 3.3. A contratación no mercado secundario.
Tema 4. OS CONTRATOS DE XESTIÓN, DISTRIBUCIÓN, MEDIACIÓN E CUSTODIA.	4.1. O contrato de comisión e o contrato de axencia. 4.2. Os contratos de distribución. 4.3. Os contratos de mediación ou corretaxe. 4.4. O depósito mercantil.
Tema 5. OS CONTRATOS DE FINANCIAMENTO E GARANTÍA.	5.1. O préstamo mercantil. 5.2. O arrendamiento financeiro. 5.3. O contrato de facturación. 5.4. A conta corrente mercantil. 5.5. O contrato de crédito ao consumo. 5.6. A fianza. 5.7. A prenda e a hipoteca. 5.8. Outras modalidades de garantía.
Tema 6. OS CONTRATOS BANCARIOS.	6.1. As entidades de crédito e os contratos bancarios: réxime xurídico. 6.2. As contas bancarias. 6.3. Operacións activas. 6.4. Operacións pasivas. 6.5. Operacións neutras ou de xestión.
Tema 7. O CONTRATO DE TRANSPORTE.	7.1. A actividade de transporte e o contrato de transporte: réxime xurídico. 7.2. O transporte terrestre de mercadorías. 7.2.1. Réxime xurídico e clases. 7.2.2. Elementos persoais do contrato. 7.2.3. A carta de porte. 7.2.4. As obrigas das partes. 7.2.5. A responsabilidade do porteador. 7.3. O transporte terrestre de persoas. 7.4. Outros contratos de transporte.
Tema 8. O CONTRATO DE SEGURO.	8.1. A actividade aseguradora e o contrato de seguro: réxime xurídico. 8.2. Elementos do contrato de seguro. 8.3. As obrigas das partes. 8.4. O seguro contra danos. 8.5. Os seguros de persoas.
Tema 9. INTRODUCCIÓN AOS TÍTULOS VALORES. A LETRA DE CAMBIO (I).	9.1. Os títulos valores: concepto e réxime xurídico. 9.2 O dereito incorporado ao título. 9.3 Clases de títulso valores. 9.4. A letra de cambio. Concepto e réxime xurídico. 9.5. O libramento. 9.6. A aceptación. 9.7. O protesto. 9.8. O endoso. 9.9. O aval.
Tema 10. A LETRA DE CAMBIO (II). O CHEQUE E O PAGARÉ.	10.1. O cumprimento das obrigas cambiarias. 10.2. O cheque: concepto e réxime xurídico. 10.3. O pagaré: concepto e réxime xurídico.
Tema 11. A PROTECCIÓN XURÍDICA DAS INVENCIÓNS, DO DISEÑO INDUSTRIAL, DOS SIGNOS DISTINTIVOS E DO DEREITO DE AUTOR.	11.1. Réxime legal das creacións de fondo. 11.2. As patentes de invención: concepto, requisitos, dereito á patente, invencións laborais, concesión da patente, efectos da patente, contido do dereito de patente, as licencias. 11.3. Os modelos de utilidade. 11.4. Réxime legal das creacións de forma: o diseño industrial. 11.5. As marcas: concepto, o dereito sobre a marca, clases de marcas, a marca comunitaria. 11.6. O nome comercial. 11.7. O dereito de autor.
Tema 12. O DEREITO DA COMPETENCIA.	12.1. O principio de liberdade de competencia. 12.2. A competencia desleal: concepto e réxime xurídico; as cláusulas especiais; accións e medidas cautelares contra a competencia desleal. 12.3. A publicidade comercial: concepto e réxime xurídico; tipos de publicidade prohibidos. 12.4. A protección da libre competencia: o Dereito de defensa da competencia.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales

Prácticas de laboratorio	22	30	52
Sesión maxistral	27	25	52
Probas de resposta curta	1	45	46

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

Metodoloxía docente

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión maxistral	Tanto nas sesións maxistrais coma nos horarios de titorización persoal no despacho, o Profesor atenderá as dúbidas e cuestións quese prantexen en relación á materia explicada. Nas prácticas de laboratorio o profesor atenderá de forma individual ou en grupo as cuestións que prantexen os alumnos en relación ás actividades desenvolvidas na mesma.
Prácticas de laboratorio	Tanto nas sesións maxistrais coma nos horarios de titorización persoal no despacho, o Profesor atenderá as dúbidas e cuestións quese prantexen en relación á materia explicada. Nas prácticas de laboratorio o profesor atenderá de forma individual ou en grupo as cuestións que prantexen os alumnos en relación ás actividades desenvolvidas na mesma.

Avaliación

	Descripción	Calificación
Prácticas de laboratorio	Nas prácticas de laboratorio presentaránse. para a súa contestación por escrito polo alumno e correspondente avaliación polo profesor, cuestionarios e casos prácticos sobre a materia explicada nas sesións maxistrais. Tamén proporáse para a súa avaliación, a presentación de pequenos traballos ou informes sobre temas previamente indicados polo profesor. A puntuación final obtida por toda-las actividades indicadas será a media que corresponda á cualificación de cada un dos ditos traballos.	50
Probas de resposta curta	O exame final consistiría na presentación de varias preguntas sobre a materia explicada nas sesións maxistrais, que deberán ser respondidadas polo alumno de forma acertada e concisa. Para que a nota obtida nas Prácticas de laboratorio faga media e sume á cualificación final, é preciso obter nesta proba final unha nota mínima de 1,7 sobre 5 (aproximadamente equivalente a un 3,3 sobre 10).	50

Otros comentarios sobre la Evaluación

Bibliografía. Fontes de información

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Recomendacións

Otros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Historia económica e do comercio				
Asignatura	Historia económica e do comercio			
Código	V06G270V01805			
Titulacion	Grao en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición				
Departamento	Fundamentos da análise económica e historia e institucións económicas			
Coordinador/a	Martínez Domínguez, María Blanca			
Profesorado	Facal Rodríguez, María Jesús Isabel Martínez Domínguez, María Blanca			
Correo-e	blancam@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Este curso tiene como objetivo dar a conocer los procesos de cambio y crecimiento económico a largo plazo, desde una perspectiva internacional. Se hará especial hincapié en las transformaciones en la organización empresarial. y en las del comercio internacional. El período de estudio que abarca este curso iría desde el siglo XVIII hasta la actualidad, con una introducción de los antecedentes desde el siglo XVI. La evolución histórica del comercio internacional se relacionará con las instituciones y las políticas económicas. Al mismo tiempo se evaluará la contribución del comercio internacional al crecimiento económico en las distintas regiones del mundo, así como la relación entre empresa y crecimiento económico. Igualmente se pondrá en evidencia los contrastes entre las teorías del crecimiento, del comercio y de la empresa y los procesos históricos.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	CE1. Coñecer e comprender os conceptos fundamentais e a evolución da economía e da actividade empresarial desde unha tripla perspectiva: crecemento económico, cambio estrutural e internacionalización.
A2	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.
A3	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.
A4	CE4. Coñecer os obxectivos, funcións e técnicas instrumentais dos diferentes subsistemas das organizacións, así como as relacións existentes entre eles desde unha perspectiva de enfoque de sistemas.
A5	CE5. Comprender os obxetivos, alcance e valor dla función de aprovisionamento e distribución comercial, as súas interrelacións co resto das áreas e o seu papel como intermediaria da actividade comercial, co fín de deseñar estratexias para a provisión e comercialización de bens e servizos.
A6	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.
B1	CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).
B2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet e manexo das ferramentas multimedia.
B5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.
B13	CT13. Capacidade para asumir responsabilidades e involucrarse no traballo.
B15	CT15. Compromiso ético no traballo.
B17	CT17. Atención ao detalle, precisión, motivación pola mellora continua.
B18	CT18. Capacidade reflexiva sobre o propio traballo.

Competencias de materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Posuír e comprender o proceso de nacemento e transformación das principais institucións económicas o longo do tempo. Distinguir os condicionantes e as forzas que impulsan o frenan o desenvolvemento económico a longo prazo.	A3
Comprender os procesos de aparición, transformación e crise da empresa o longo do tempo	A5

- Posuír e comprender o coñecemento básico do proceso de crecemento e desenvolvemento económico a longo prazo. Identificar as fases do crecemento económico moderno. Coñecer as fontes do cambio económico a longo prazo	A4	
Considerar e comprender os factores e variables económicas no longo prazo e das e tipo non económico que infuen nas políticas comerciais dos paises	A1 A6	
Demostrar habilidades na busca, identificación e interpretación de fontes de información económica relevante.	A6	
Comprender que a consideración de factores geográficos, culturales sociais e politicos matizan ls visiones teóricas das políticas comerciais, industriais e da organización empresarial.	A1 A2 A3	
Comprensión das restriccións e do marco de regulación que subyacen nunha economía globalizada	A2 A6	
Probar capacidade de análise e síntese.		B1
Ter pensamento crítico e autocrítico.		B2
Demostrar habilidades de comunicación oral e escrita.		B5
Amosar capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo.		B13
Adquirir o hábito de presentar en tempo e forma as tarefas asiñadas		B15
Manifestar responsabilidade e capacidade para asumir compromisos.		B17
Ter compromiso ético no traballo.		B18
Evidenciar motivación pola calidade e pola mellora continua.		B18

Contidos

Tema	
Tema 1. Primeira globalización 1870-1914	Antecedentes da globalización: - Das economías preindustrias a Revolución Industrial. A primeira globalización: - Difusión da industrialización, transformacións da organización da empresa e a segunda revolución tecnolóxia. - Movementos de factores e de bens a nivel internacional. - Políticas comerciais. - A formación do sistema monetario do patrón ouro. - O proceso de converxencia económica e a gran diverxencia
Tema 2. O retroceso da globalización no período de entreguerras 1914-1945.	- A Primeira Guerra Mundial e a suas consecuencias. - A recuperación económica nos anos vinte, a gran depresión e as diferentes saídas. - As transformacións no movemento de factores e bens a nivel internacional. - O novo sistema económico da Unión Soviética: as políticas económicas. - A Segunda Guerra Mundial.
Tema 3. A época dorada do capitalismo 1945-1973.	- O novo marco económico e as novas institucións economicas. A descolonización. As economías socialistas. - As bases do crecemento económico. - O comercio exterior e o crecemento económico. - O fin da época dourada: crise económica e enerxética ou crise sistémica.
Tema 4. A segunda globalización 1973- 2008	- O declive do keynesianismo e o triunfo da globalización neoliberal. - Causas e consecuencias da segunda globalización. - Da economía socialista a economía de mercado. - As novas políticas económicas na periferia. - A evolución do comercio internacional - Os inicios da gran recesión.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Obradoiros	14.6	38	52.6
Debates	5.5	18	23.5
Actividades introdutorias	1.5	0	1.5
Sesión maxistral	28	40.6	68.6
Probas de resposta curta	1	0	1
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	1	0	1
Observación sistemática	1.8	0	1.8

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

Metodoloxía docente

	Descripción

Obradoiros	O obradoiro é unha instancia para socializar, decantar e sintetizar os coñecementos adquiridos na preparación da sesión. Concíbese o obradoiro como un proceso de aprendizaxe continuado. Previamente a celebración da sesión de traballo, os materiais distribuidos polas docentes deben ser traballados polo alumnado (lectura, esquema ou síntese), quen terá que amosar na aula o nivel de consolidación do seu aprendizaxe. Traballáranse temas monográficos en cada sesión
Debates	Previamente a sesión, se distribuirán os textos que serán debatidos na aula. Cada alumna/o fará una breve (10 - 15 minutos) exposición crítica do texto o día do debate, estos relatos serán a base do debate.
Actividades introdutorias	Actididade encamiñada a entrar en contacto coa materia e o seu desenvolvemento o logo do cuadrimestre
Sesión maxistral	Mediante esta metodoloxía, co apoio audiovisual, presentarase de maneira sintética, secuencial e motivadora os aspectos claves dos contidos fundamentais da materia. As primeiras estarán dedicadas a ofrecer unha visión panorámica da materia e conceptos básicos de historia económica; as restantes sesións estarán destinadas a exposición do temario. A pesar de que o método destas sesións é fundamentalmente expositivo, promoverase a participación activa do estudantado.

Atención personalizada

Pruebas	Descripción
Probas de resposta curta	 Calqueira tipo de búbida que xurda nas clases maxistrais, obradoiros e debates poderasé prantexar nas horas de titoría de despacho
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	 Calqueira tipo de búbida que xurda nas clases maxistrais, obradoiros e debates poderasé prantexar nas horas de titoría de despacho
Observación sistemática	 Calqueira tipo de búbida que xurda nas clases maxistrais, obradoiros e debates poderasé prantexar nas horas de titoría de despacho

Avaliación

	Descripción	Calificación
Probas de resposta curta	O alumnado debe desenvolver, organizar e presentar os coñecementos que sobre a materia en resposta breve. Esta proba realizaráse no examen final da materia.	30
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	As alumnas e alumnos deben desenvolver, relacionar, organizar e presentar os coñecementos sobre a materia nunha resposta extensa. Realizaránse na examen final da materia.	30
Observación sistemática	Valoración da participación, dos traballos , tareas, exposicións realizados nos debates e obradoiros.	40

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Evaluación contínua:

Os obradoiros e debates forma parte da avaliación contínua e polo tanto a **asistencia é obrigatoria**. Para poder ser evaluada/o, débe asistir polo menos a doce sesións. A actividade desenvolvida nestas sesións proporciona o **40% da nota final (observación sistemática).**

Proba ou exámen final:
Nas preguntas de **resposta curta:** o alumnado debe organizar, estructurar e presentar os coñecementos específicos sobre o aspecto ou questión que se pregunta de forma sintética.
Nas preguntas de **resposta longa:** o alumnado debe desenvolver os aspectos ou questións más relevantes do tema que se pregunta, ten que razonar, relacionar e estucturar a información dun modo coherente.
A **cualificación** obtida no proba ou **examen final** supondrá o **60 % da nota final (proba de resposta curta e proba de resposta longa, de desenvolvemento)**

A nota obtida polo alumnado na parte presencial terá vixencia nas convocatorias as que da dereito a matrícula de cada curso académico.

Bibliografía. Fontes de información

Allen, Robert C. (2011) : Global economic history : a very short introduction Oxford University Press.

Brenner, Robert (2009): La Economía de la turbulencia global : las economías capitalistas avanzadas de la larga expansión al largo declive, 1945-2005. Madrid, Akal.

Camps Cura, Enriqueta (2013): Historia económica mundial : la formación de la economía internacional (siglos XVI-XX), Madrid: McGraw-Hill.

Comín Comín, Francisco(2011): Historia económica mundial : de los orígenes a la actualidad, Madrid: Alianza.

Frieden, Jeffry A. (2006): Capitalismo global: el trasfondo económico de la historia del siglo XX, Barcelona: Crítica.

Maddison, Angus (2002): La Economía mundial : una perspectiva milenaria, Madrid : Mundi-Prensa ; Paris : Organización de Cooperación y Desarrollo Económico,

Santos Castroviejo, Iago(2013): La élite del poder económico en España : un estudio de redes de gobernanza empresarial, Madrid : Maia Ediciones.

Zamagni, Vera (2005): Historia económica de la Europa contemporánea : de la revolución industrial a la integración europea, Barcelona : Crítica, 4ª ed.

Recomendacións

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Economía: Economía española e mundial/V06G270V01201
Economía: Macroeconomía/V06G270V01202
Socioloxía: Socioloxía do consumo/V06G270V01105
Economía internacional/V06G270V01803

Otros comentarios

O contido de esta guia se desenvolverá dentro dun marco con certo grado de flexibilidade

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

Competencias de titulación	
Código	
A24	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.
A26	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.
B2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
B18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Competencias de materia		
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	A24 A26	B2 B18
Conocer y saber aplicar las herramientas informáticas de gestión de la información utilizadas en la empresa	A24 A26	B2 B18
Conocer y saber aplicar los elementos y herramientas utilizadas en el comercio electrónico	A24 A26	B2 B18

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

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales

Actividades introductorias	1	0	1
Sesión magistral	12	15	27
Prácticas en aulas de informática	22	20	42
Trabajos y proyectos	15	28	43
Pruebas de tipo test	2	10	12
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	25	25

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

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Valoración dos coñecementos previos do alumno e explicación da metodoloxía a seguir ao longo do curso.
Sesión magistral	En estas sesiones se expondrá a los alumnos los conceptos y metodologías necesarias para el conocimiento de la materia
Prácticas en aulas de informática	Ejercicios propuestos por el profesor que los alumnos resolveran con la ayuda del ordenador en el alula de informática. Serán trabajos individuales y en grupo

Atención personalizada

Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	Los alumnos tedrán a su disposición a los profesores para aclarar dudas relativas a la materia, en el despacho correspondiene y en horario de tutorías, que será publicado por la Escuela y facilitado a los alumnos el priemr día de clase.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Los alumnos tedrán a su disposición a los profesores para aclarar dudas relativas a la materia, en el despacho correspondiene y en horario de tutorías, que será publicado por la Escuela y facilitado a los alumnos el priemr día de clase.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Sesión magistral	En este apartado se valorará la asistencia a las clases impartidas en el aula, tanto sean sesiones magistrales como en las que se desarrollen trabajos en aula	5
Prácticas en aulas de informática	En este apartado se valorará la asistencia a las prácticas en el aula de ordenadores	5
Trabajos y proyectos	En este apartado se calificaran los trabajos de teoría realizados por los alumnos que entregarán en los plazos fijados mediante las plataformas que se indicará a lo largo del curso. También se calificará la participación activa en las clases de teoría y trabajos en aula	0
Pruebas de tipo test	Consistirá en la realización de una prueba de tipo test a la mitad e cuatrimestre y otra al final del mismo. Se compondrán de preguntas de la materia vista hasta el momento de la realización	30
Resolución de problemas y/o ejercicios	Consistirá en la realización de ejercicios propuestos por el profesor que se resolverán con la ayuda del ordenador y que tendrán que ser entregados en las fechas que se fijen por medio de la plataforma TEMA. También se calificará la asistencia a las Prácticas en aula de ordenador	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Prieto Espinosa, Alberto y otros, **Conceptos de Informática**, 2005,

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

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

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

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

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

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

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

Laudon, Kenneth, **E-Commerce 2013: Business, Technology, Society**, 2013,

Para seguridad está disponible mucha información en la web: http://www.inteco.es

Recomendaciones

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

Competencias de titulación	
Código	
A8	CE8. Comprender os procesos psicosociolóxicos mediante os cales as persoas aprenden, deciden, se comunican, xestionan as súas necesidades e relacións, negocian, mercan, etc. co fin de desenvolver competencias útiles no ámbeto persoal e profesional.
A18	CE18. Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elexida (inglés, francés ou alemá) co obxeto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.
B1	CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).
B3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.
B5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.
B7	CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.
B9	CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.
B17	CT17. Atención ao detalle, precisión, motivación pola mellora continua.

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
CE18. Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elexida (inglés, francés ou alemá) co obxeto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.	A18	
CE8. Comprender os procesos psicosociolóxicos mediante os cales as persoas aprenden, deciden, se comunican, xestionan as súas necesidades e relacións, negocian, mercan, etc. co fin de desenvolver competencias útiles no ámbeto persoal e profesional.	A8	
CT1. Habilidades de comunicación oral e escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).		B1
CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.		B3
CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.		B7
CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.		B9
CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.		B5
CT17. Atención ao detalle, precisión, motivación pola mellora continua.		B17

Contidos	
Tema	
The role of marketing	1.1. Skills and qualifications 1.2. Organisations 1.3. Role of marketing within an organisation 1.4. Identifying stakeholders

Marketing plan	2.1. Outlining a marketing plan 2.2. Marketing audit and analysis (SWOT, PESTEL, FIVE FORCES) 2.3. Objectives 2.4. Writing a strategy 2.5. Planning and discussing the marketing mix 2.6. Budget 2.7. Executive summary
Market research	3.1. Research needs 3.2. Market research plan 3.3. Moderating a focus group 3.4. Writing survey questions and explaining survey data
Exhibitions and events	4.1. Booking a stand 4.2. Dealing with visitors 4.3. Networking at a social event 4.4. Writing a follow-up e-mail

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión maxistral	26	60	86
Prácticas de laboratorio	22	40	62
Actividades introdutorias	2	0	2
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

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

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Prácticas de laboratorio	A atención personalizada desenvolveráse nas sesións prácticas en grupo pequeno e nas titorías correspondentes (Despacho 23 da EUEE)

Avaliación		
	Descripción	Calificación
Sesión maxistral	1. Probas escritas individuais a realizar en clase (30%) 2. Probas orais a realizar en clase (20%) 3. Outras tarefas a realizar dentro ou fóra da aula, por exemplo, actividades de lectura ou escrita de textos relacionados co comercio (10%)	60
Prácticas de laboratorio	1. Participación activa e relevante nal aula (5%) 2. Outras actividades orais ou escritas en grupo a determinar. Por exemplo, a elaboración dunha actividade de investigación de mercado (35%)	40

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Para aprobar a materia é requisito indispensable obter nas probas escritas e orais unha calificación mínima de 4 (sobre 10). De non ser o caso, a materia estaría suspensa aínda que a media aritmética das dúas probas sexa 5 ou superior.

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

Se algún alumno/a non pode asistir ó 80% das sesións presenciais e seguir a avaliación continua **deberá comunicarllo ó profesorado argumentadamente ó comezo do curso.** Este alumnado deberá realizar na primeira edición de actas (maio) unha proba final escrita que suporá o 60% da cualificación final e unha proba oral que suporá o 40%. Para aprobar a materia é requisito indispensable obter nas dúas probas unha calificación mínima de 4 (sobre 10). De non ser o caso, a materia estaría suspensa aínda que a media aritmética das dúas probas sexa 5 ou superior. De non superar a materia na 1ª edición de actas (maio), o alumno terá que presentarse na 2ª edición de actas (xullo) que suporá o 100% da calificación

final.

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

Bibliografía. Fontes de información

Jones-Macziola, Sarah and Greg White 2003. *Further Ahead.* Cambridge: Cambridge University Press.
Littlejohn, Andrew 2000: *Company to Company*. Cambridge: Cambridge University Press. (3rd edition)
Mascull, Bill 2002: *Business Vocabulary in Use*. Cambridge: Cambridge University Press.

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

2) Vídeos

Comfort, Jeremy 1997: *Effective Socializing.* Oxford: Oxford University Press.

3) Gramáticas

Brieger, Nick and Jeremy Comfort 1992: Language Reference for Business English. Hempstead: Prentice Hall.

4) Diccionarios

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

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

Diccionario Oxford Business Spanish-English 2002. Oxford: Oxford University Press.

Interactive terminology for Europe : http://iate.europa.eu/iatediff/SearchByQueryLoad.do?method=load

Parra, Eduardo 2000: Diccionario inglés de publicidad y marketing. Barcelona: Gestión 2000.

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

5) Páxinas web

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

Recomendacións

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Idioma para a negociación intercultural: Inglés/V06G270V01505

Otros comentarios

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

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

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

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

Competencias de titulación	
Código	
A7	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.
A8	CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.
A14	CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
A18	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.
A26	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.
B1	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).

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.	A7	
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.	A18	
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.	A26	
Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.	A8	
Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).		B1
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.	A26	
Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.	A14	

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

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos tutelados	5	0	5
Prácticas de laboratorio	40	0	40
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	90	90
Sesión magistral	10	0	10
Pruebas de respuesta corta	5	0	5
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

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

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Trabajos tutelados	Se realizará en las horas de tutorías oficiales publicadas en el Centro
Prácticas de laboratorio	Se realizará en las horas de tutorías oficiales publicadas en el Centro

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios	Presentación de trabajos, tareas, ejercicios y resolución de tareas y actividades orales y escritas	25
Pruebas de respuesta corta	Examen escrito en la fecha oficial publicada por el Centro	75

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se evaluará de acuerdo con un sistema de evaluación continua que incluye la suma de las calificaciones obtenidas de acuerdo con los siguientes porcentajes:

Examen escrito de contenido léxico y gramatical: 75%

Entrega puntual de ejercicios: 15%

Asistencia y participación en el desarrollo de las clases: 10%

Se llevará a cabo un control de asistencia mediante un parte de firmas y se valorará la regular asistencia a las clases presenciales, así como el nivel de interés y participación en las mismas. No se obtendrá puntuación por este concepto cuando la asistencia haya sido inferior a un 80% del total de las horas de clase. Se informará al profesor de cualquier incidencia en relación con la no asistencia a las clases.

Cada falta de asistencia, para que no compute en el 80% obligatorio, deberá ser justificada adecuadamente.

Observación: los alumnos que no cumplan todos los requisitos y, por tanto, no se les pueda aplicar la evaluación continua, solo podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria de julio: la prueba consistirá en un examen escrito final de contenido léxico y gramatical (100%).

Fuentes de información
Langenscheidt, **Diccionario Moderno Alemán-Español/Español-Alemán**, 2005,
Castell, A., **Gramática de la lengua alemana**, 2005,
Haensch-López Casero, **Wirtschaftsterminologie Spanisch/Deutsch**, 1995,
Hering, A. und Matussek, M., **Geschäftskommunikation. Schreiben und Telefonieren**, 1996,
Stalb, H., **Aufbaukurs Deutsch**, 1993,
Terencia Silva Rojas, Beatriz Figueroa Revilla, Mª José Corvo Sánchez, Mª Jesús Barsanti Vigo, **Diccionario Cuatrilingüe de Marketing y Publicidad: Inglés, Español, Francés y Alemán**, 2009,

Recomendaciones

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

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

Competencias de titulación	
Código	
A6	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.
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
B5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B12	CT12. Creatividad.
B13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
B16	CT16. Iniciativa.
B17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
B18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
B3 CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.	A6	B3 B4 B5 B6 B12 B16 B18
B4 CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.		B4
B5 CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.		B5
B12 CT12. Creatividad		B12
B13 CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.		B13
B16 CT16. Iniciativa.		B16
B17 CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.		B17
B18 CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.		B18

Contenidos
Tema

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

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

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

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

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Proyectos	Realización y presentación del trabajo autónomo del estudiante.	100

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Recomendaciones