



## E.U. de Estudios Empresariales

### **(\*)GUÍA EN CONSTRUCCIÓN. INFORMAC. PROVISORIA**

(\*)

GUÍA DOCENTE EN CONSTRUCCIÓN. DESCULPE AS MOLESTIAS

NOS PRÓXIMOS DÍAS INCLUIRASE TODA A INFORMACIÓN SOBRE OS TÍTULOS E AS SÚAS MATERIAS.

TODA A INFORMACIÓN EXISTENTE SÓ PÓDESE CONSIDERAR PROVISORIA E POLO TANTO SUXEITA A CAMBIOS

### **(\*)EQUIPO DIRECCIÓN**

(\*)

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

DIRECTOR: D. Patricio Sánchez Bello

SUBDIRECTOR DE DOCENCIA: D. Ricardo Luaces Pazos.

SUBDIRECTOR DE CALIDADE E ESPAZO EUROPEO: D. Javier Lorenzo Paniagua

SUBDIRECTORA DE RELACIÓNS EXTERIORES: D<sup>a</sup> Consuelo Currás Valle

SECRETARIA: D<sup>a</sup> Mar Riveiro

### **(\*)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**

(\*)

### **(\*)CALENDARIO ESCOLAR 2011-2012**

(\*)

CALENDARIO ESCOLAR 2011-2012



### **(\*)INSTALACIÓNS E SERVIZOS**

(\*)

**(\*)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 2**

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
V06G270V01301	Contabilidad financiera	1c	6
V06G270V01302	Derecho mercantil	1c	6
V06G270V01303	Muestreo aplicado a la investigación de mercados	1c	6
V06G270V01304	Idioma comercial: Inglés	1c	6
V06G270V01305	Idioma comercial: Francés	1c	6
V06G270V01306	Idioma comercial: Alemán	1c	6
V06G270V01307	Informática aplicada a la gestión comercial	1c	6
V06G270V01401	Contabilidad de costes	2c	6
V06G270V01402	Decisiones de inversión en el comercio	2c	6
V06G270V01403	Marketing estratégico	2c	6
V06G270V01404	Gestión de aprovisionamientos y distribución comercial	2c	6
V06G270V01405	Régimen fiscal de la empresa	2c	6

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Contabilidad financiera**

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

**Competencias de titulación**

Código	
A4	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.
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.
A20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
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.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
B13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
B14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
B18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Capacidad para analizar y aplicar las técnicas y la normativa contable y los procesos financiero-contables	A4 A6 A20	B3 B4 B5 B6 B18
Capacitar al estudiante para buscar información, analizar, interpretar, sintetizar y transmitir la información contenida en las cuentas anuales	A4 A6 A20	B3 B4 B5 B6 B18
Capacidad para el trabajo en grupo, a través de la reflexión sobre el propio trabajo	A20	B3 B4 B5 B6 B8 B9 B13 B14 B18

**Contenidos**

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

**Planificación**

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

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

**Metodologías**

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

**Atención personalizada**

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Supervisión y orientación al alumno de forma individualizada o en grupo en la realización de los trabajos encomendados. Esa atención se prestará además de en el aula, en el horario de tutorías.

**Evaluación**

	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Actividades en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la asignatura, tanto a nivel teórico como práctico. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma.	25
Pruebas de respuesta corta	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas directas sobre un aspecto concreto. Los alumnos deben responder de manera directa y breve en base a los conocimientos que tienen sobre la materia. Estas pruebas surgen de los Trabajos tutelados realizados	10
Otras	El alumno realizará una prueba final de la materia, de contenido teórico-práctico	65

**Otros comentarios sobre la Evaluación**

Aquellos alumnos que sigan el proceso de evaluación continua, deberán presentarse obligatoriamente a una prueba final sobre los contenidos teórico-prácticos de la materia, obteniendo para poder superar la misma una calificación mínima, que el profesor indicará. La calificación final se obtendrá del proceso de evaluación anteriormente descrito en la presente guía.

Aquellos alumnos que no sigan la evaluación continua, tendrán derecho a examinarse de la materia en un examen final en las fechas establecidas por el centro, con una puntuación de 0 a 10 puntos, debiendo obtener una calificación mínima de 5.

Los alumnos que concurran a la segunda convocatoria (julio) deberán realizar el examen oficial final de la materia en la convocatoria extraordinaria establecida por el centro, con una puntuación de 0 a 10 puntos, debiendo obtener una calificación mínima de 5. Si han seguido durante el curso el proceso de evaluación continua, la calificación final se obtendrá del proceso de evaluación anteriormente descrito en la presente guía. Aquellos estudiantes que no siguieron el proceso de evaluación continua, igualmente realizarán la prueba debiendo obtener una calificación mínima de 5, en una escala de puntuación de 0 a 10.

---

### **Fuentes de información**

José Luis Alfonso López (coordinador), **La Contabilidad financiera : (guía pedagógica, adaptada al Plan General de Contabilidad 2007)**, Edit. Aranzadi,

Francisco Javier Quesada Sánchez, María Ángeles Jiménez Montañés, Carlos Mallo Rodríguez, **Contabilidad financiera para PYMES : un enfoque práctico**, Edit. Garceta,

José Luis Arquero Montaña y otros, **Contabilidad financiera : aplicación práctica del PGC 2007**, Edi. Pirámide,

J.A. Trigueros Pina y otros, **Fundamentos y Práctica de Contabilidad**, Edit. Pirámide,

ICAC, **Plan General de Contabilidad y de PYMES. R.D. 1514/2007 y R.D. 1515/2007.**,

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

J. Omeñaca, **Supuestos Prácticos de Contabilidad Financiera y de Sociedades**, Edit. Deusto,

J.M. Gutierrez Viguera y A. Couso Ruano, **Supuestos contables resueltos en base al nuevo plan general de contabilidad**, Edit. Ra-ma,

José Muñoz Jiménez (Corrd.), **Contabilidad Financiera**, Edit. Pearson Educación S.A.,

Domingo Nevado Peña y otros, **Ejercicios prácticos de contabilidad financiera y de sociedades**, Edit. Civitas,

Máximo Francisco Losilla Ramírez, Agustín Moreno Ruz, Ferrán Rodríguez García, **Prácticas de contabilidad financiera**, Edit. Garceta,

---

---

### **Recomendaciones**

---

#### **Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

---

---

#### **Otros comentarios**

Se recomienda igualmente, haber cursado la materia "Fundamentos de Contabilidad" Código: V06G270V01203

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Derecho mercantil**

Asignatura	Derecho mercantil			
Código	V06G270V01302			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua	Gallego			
Impartición				
Departamento	Derecho privado			
Coordinador/a	Izquierdo Alonso, Jacobo			
Profesorado	Izquierdo Alonso, Jacobo			
Correo-e	jizqdo@uvigo.es			
Web	http://faitic.es			
Descripción general	(*)Dereito mercantil é unha materia que se imparte no primeiro cuatrimestre do segundo curso do Grao en Comercio. Nela examínase, dende unha perspectiva xurídica, a figura do empresario no mercado; o seu estatuto xurídico, formas de organización xurídica e as normas que rixen a súa actuación no mercado. Estes coñecementos permitirán ao alumnado apreciar que o mercado é un espazo regulamentado por normas xurídicas, onde actúan suxeitos que teñen dereitos e asumen obrigas exixibles ante os tribunais.			

**Competencias de titulación**

Código	
A9	CE9. Conocer las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil, adquiriendo capacidad para entender e informar sobre los principales aspectos jurídico-empresariales.
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.
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).
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.
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.
B7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
B10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
B13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
B15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
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
(*)Conocer y entender la *normativa básica *reguladora de la empresa y empresario *mercantís en	B3
los *sus distintos desarrollos, identificando los sujetos que posean la dicha *cualidade a los efectos de la *determinación de las distintas esferas de responsabilidad en su actuación en el mercado.	B4
(*)Conocer el marco legal de la actuación de los empresarios en el mercado, de suerte que se sepa A9 insertar y *delimitar la misma dentro del *ordeamento jurídico *vixente.	B3
	A16
	B4
	B5
	B6
	B18

(*)Saber *gestionar y aplicar los *requerimientos legales de la empresa *mercantil, conociendo las particularidades *propias de los distintos tipos de sociedades *mercantís, *adquiriendo capacidad para informar y *argumentar sobre las dichas cuestiones.	A9	B3 B4 B5 B6 B7 B8 B10 B15 B18
(*)Manejar, procesar, interpretar y *evaliar la información, documentación y demás instrumentos de orden jurídico que se genere en los diferentes contextos y actividades del comercio.	A9 A16	B3 B4 B5 B6 B7 B9 B13 B15 B18
(*)Saber manejar y acceder a las fuentes de conocimiento básico en el ámbito jurídico, tanto en soporte papel como informático, así como distinguir y saber *emplear la *terminología jurídica utilizadas a *cotío en el ámbito del *tráfego *mercantil.	A9 A16	B1 B2 B5 B17 B18

## Contenidos

Tema	
(*)I: Introducción a la *normativa *mercantil. Estatuto jurídico del empresario	(*)1. Introducción a la *normativa *mercantil: Concepto, *caracteres y fuentes.2. El empresario (I): 1. Concepto, notas características y clases. 2. *Adquisición y pérdida de la condición de empresario. 3. Responsabilidad del empresario. 4. Ejercicio de la actividad *mercantil por persona casada.3. El empresario (*II): 1. Lo registro *mercantil. 2. La *contabilidad del empresario. 3. Los colaboradores del empresario.
(*)Tema 2. El empresario *mercantil.	(*)2.1. Empresa y empresario. 2.2. El empresario individual. 2.3. Publicidad *registral y *contabilidad del empresario. 2.4. Los colaboradores del empresario
(*)Tema 3. Propiedad industrial y competencia.	(*)3.1. Las creaciones industriales. 3.2. Los signos distintivos de la empresa.3.3. El Derecho de competencia *desleal.3.4. El derecho de defensa de la competencia.3.5. La protección contra la publicidad *ilícita.
(*)Tema 4. *Introducción a las sociedades *mercantís.	(*)4.1. Teoría general de las sociedades *mercantís.4.2. Las sociedades *personalistas
(*)Tema 5. La sociedad anónima (I).	(*)5.1. Concepto y principales características.5.2. El capital social.5.3. *Fundación de la sociedad.5.4. La acción.
(*)Tema 6. La sociedad anónima (*II).	(*)6.1. La junta general de *accionistas.6.2. Al órgano de administración.6.3. Las cuentas anuales.6.4. La modificación de los estatutos.6.5. *Disolución y *liquidación.
(*)Tema 7. La sociedad de responsabilidad limitada (I)	(*)7.1. Concepto y principales características.7.2. *Fundación.7.3. La participación social.7.4. La transmisión de las participaciones sociales.
(*)Tema 8. La sociedad de responsabilidad limitada (*II).	(*)8.1. La junta general de socios.8.2. El órgano de administración.8.3. Las cuentas anuales.8.4. La modificación de los estatutos.8.5. *Disolución y *liquidación.8.6. La sociedad limitada de la Nueva Empresa.
(*)Tema 9. La *disolución y *liquidación en las sociedades anónima y limitada. Las modificaciones *estructurais de las sociedades *mercantís.	(*)9.1. *Disolución y *liquidación de la sociedad anónima.9.2. *Disolución y *liquidación de la sociedad limitada.9.3. La transformación.9.4. La *fusión.9.4. La *escisión.9.5. La *cesión global del activo y del pasivo.
(*)Tema 10. Títulos valores y contratos *mercantiles.	(*)10.1. *Introducción a los títulos valores.10.2. La letra de cambio.10.3. El *cheque.10.4. El *pagaré.10.5. *Introducción a los contratos *mercantiles.10.6. *Tipología de los contratos *mercantiles.
(*)Tema 10. La crisis económica del empresario.	(*)1. La *insolvencia empresarial. Los procedimientos concursales.2. La declaración de concurso.3. *Determinación de las masas activa y pasiva.4. Las soluciones del concurso y la terminación del procedimiento.

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	4	14	18
Prácticas de laboratorio	12	0	12
Sesión magistral	29	45	74
Pruebas de respuesta corta	1	45	46

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

<b>Metodologías</b>	
	Descripción
Seminarios	(*)Nas sesións de prácticas de seminario desenvolveranse as seguintes actuacións: fornecer aos alumnos da orientación necesaria para a realización en grupo e baixo a titoría do profesor dos traballos que se lles encomende; a entrega polo alumno do devandito traballo por escrito e a súa exposición oral; o seguemento polo profesor dos coñecementos adquiridos polo alumno e a resolución das dúbidas que se lle prantexen.
Prácticas de laboratorio	(*)Nas prácticas de laboratorio plantexaranse polo profesor supostos prácticos que deberán ser resoltos polo alumno, ben de xeito guiado ou ben de xeito autónomo. Tamén procederáse á contestación escrita polo alumno de pequenos cuestionarios relativos á materia explicada
Sesión magistral	(*)As sesións maxistras nas aulas de teoría adicaránse á explicación polo profesor dos distintos puntos que integran os contidos da asignatura. A súa finalidade é a de fornecer ao alumno dunha base conceptual que lle permita desenvolverse axeitadamente ao afrontar os aspectos xurídicos da organización e dinámica da empresa. Para elo, esta actividade deberá ser completada por outras coma a realización de casos prácticos, elaboración de traballos, lecturas recomendadas, etc.

<b>Atención personalizada</b>	
<b>Metodologías</b>	<b>Descripción</b>
Seminarios	
Prácticas de laboratorio	

<b>Evaluación</b>		
	Descripción	Calificación
Seminarios	(*)Os alumnos deberán presentar un traballo por escrito proposto polo profesor e defendelo mediante a súa exposición oral. Avaliaráse a profundidade do traballo, a claridade na exposición e comprensión de conceptos e a calidade da exposición oral.	Co traballo do seminario poderá acadarse ata 1 punto da nota final.
Prácticas de laboratorio	(*)O profesor avaliará as respostas ou boas intervencións dos alumnos - orais ou escritas, segundo o caso- relacionadas coas cuestións prantexadas polo profesor, principalmente en razón á resolución dos casos prácticos prantexados.	Por ditas respostas ou boas intervencións o alumno poderá acadar ata 1 punto da nota final.
Sesión magistral	(*)Ao final do cuadrimestre haberá un exame que consistirá no prantexamento ao alumno dun cuestionario formado por doce preguntas breves ás que deberá dar resposta por escrito. Os alumnos que non puideran acollerse ao sistema mixto de avaliación que se establece, farán un exame diferente ao dos alumnos que seguiron o dito sistema e que constará dun cuestionario de seis preguntas breves, unha pregunta de desenrolo amplo e un caso práctico a resolver.	A nota máxima que se poderá alcanzar co exame é de 6 puntos. Neste exame será preciso obter como mínimo unha cualificación de 2 puntos para que á puntuación alcanzada poida engadirse a correspondente á avaliación continúa.  Os alumnos que non entren na avaliación mixta (contínua mais exame final), únicamente serán avaliados sobre 10 puntos nun exame teórico-práctico diferente ao dos alumnos que seguiron a avaliación mixta.
Pruebas de respuesta corta	(*)Nas sesións prácticas prantexarase aos alumnos a realización cuestionarios consistentes en preguntas de diverso formato sobre os contidos da materia e que servirán de control sobre o seu grao de coñecemento por parte do alumno, por ser ésta o fundamento necesario para o bó desenvolvemento da práctica.	Pola boa realización dos cuestionarios poderán acadarse ata 2 puntos da nota final.

### **Otros comentarios sobre la Evaluación**

<b>Fuentes de información</b>
Sánchez Calero, Fernando, <b>Principios de Derecho Mercantil</b> , Última,
Jimenez Sánchez, Guillermo, <b>Lecciones de Derecho Mercantil</b> , Última,
Menéndez, Rojo, Uría, <b>Curso de Derecho Mercantil</b> , Última,
Jimenez Sánchez, Guillermo, <b>Nociones de Derecho Mercantil</b> , Última,
Broseta Pont-Martínez Sanz, <b>Manual de Derecho Mercantil</b> , Última,

Vicent Chuliá, Francisco, **Introducción al Derecho Mercantil**, Última,  
AAVV, **Código de Comercio y otras normas mercantiles**, Última,  
<http://www.westlaw.es>,  
<http://eur-lex.europa.eu>,  
<http://www.boe.es>,  
<http://www.xunta.es/diario-oficial-galicia>,

---

## **Recomendaciones**

---

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

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

**Competencias de titulación**

Código	
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.
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.
A15	CE15. Coñecer e aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para a toma de decisións no ámbito do comercio, así como o deseño e análise de enquisas mediante mostraxe probabilística para a realización de estudos de mercado.
B4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.
B5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.
B6	CT6. Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Saber aplicar os procedimentos inferenciais para a estimación das principais características poboacionais e a verificación das hipóteses formuladas.	A6 A15	B4 B5 B6
Saber deseñar un estudio estadístico, no campo da investigación comercial, mediante unha enquisa por mostraxe probabilística.	A6 A15	B4 B5 B6
Saber analizar a información obtida mediante enquisas mediante a aplicación de distintos procedimentos estadísticos.	A2 A3 A6 A15	B4 B5 B6

**Contidos**

Tema	
TEMA 1. Introducción á inferencia estatística	1.1 Mostraxe e estimación 1.2 Contrastes de hipótese.
TEMA 2. Deseño de enquisas	2.1 Enquisas 2.2 Tipos de mostraxe
TEMA 3. Mostraxe de unidades elementais. Proporcións.	3.1 Tamaño da mostra 3.2 Intervalos de confianza.
TEMA 4. Mostraxe de unidades elementais. Medias e Total	4.1 Medias 4.2 Total

TEMA 5. Mostraxe estratificada e por conglomerados	5.1 Mostraxe estratificada 5.2 Mostraxe por conglomerados 5.3 Outros tipos de mostraxe
TEMA 6. Análise de datos de enquisas	6.1. Análise uni e bidimensional. 6.2. Análise multidimensional. 6.3. Clasificación, segmentación.
TEMA 7. Estudo de distintas enquisas	7.1. Enquisas oficiais por mostraxe 7.2. Enquisas relativas ó comercio.

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión maxistral	28	32	60
Resolución de problemas e/ou exercicios	12	30	42
Traballos tutelados	0	20	20
Prácticas de laboratorio	9	18	27
Outras	1	0	1

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

### Metodoloxía docente

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

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	O alumnos terá unha atención personalizada no horario de Titoría que a tal efecto será publicado no Centro
Sesión maxistral	O alumnos terá unha atención personalizada no horario de Titoría que a tal efecto será publicado no Centro
Resolución de problemas e/ou exercicios	O alumnos terá unha atención personalizada no horario de Titoría que a tal efecto será publicado no Centro

### Avaliación

	Descrición	Calificación
Sesión maxistral	2 Probas escritas, de resposta curta, para comprobar o coñecemento e comprensión dos conceptos e a súa interrelación	30
Resolución de problemas e/ou exercicios	2 Probas escritas de resolución de problemas e exercicios (estas probas serán coincidentes no tempo coas probas da sesión maxistral)	30
Traballos tutelados	Realización, mediante o traballo en grupo, dun estudio de mercado, en base a construción dun cuestionario, deseño da mostraxe, obtención e análise de datos, con elaboración dun informe final e conclusións.	20
Prácticas de laboratorio	Realización das prácticas no laboratorio de ordenadores con dominio do programa utilizado	10
Outras	Asistencia e participación nas sesións maxistrais e nas clases de resolución de exercicios	10

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Os alumnos que no superen a avaliación continúa poderán recuperar as partes non superadas (sesión maxistral e resolución de problemas/exercicios, traballo ) nas convocatorias oficiais de xuño e xullo.

Os alumnos que non sigan a avaliación continúa explicitada anteriormente, poderán examinarse do exame oficial final da materia establecido polo Centro no seu calendario de exames, cunha puntuación de 0 a 10, sendo o aprobado un 5.

A segunda convocatoria avaliarase polo exame extraordinario a celebrar para esta convocatoria, cunha puntuación de 0 a

10, sendo o aprobado un 5.

---

### **Bibliografía. Fontes de información**

---

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA:

Cuadras, C.M: Métodos de análisis multivariante. PPU. Barcelona. 1991

Fernández García, R.: Muestreo de Poblaciones Finitas. Curso Básico. PPU. Barcelona 1994

Pérez, C.: Técnicas de muestreo estadístico. Garceta. 2010

Scheaffer, R; Mendenhall W.: Elementos de Muestreo. Ed. Thomson. 2007

---

### **Recomendacións**

---

#### **Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

---

Estatística: Estadística/V06G270V01205

Matemáticas: Matemáticas/V06G270V01104

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Idioma comercial: Inglés**

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

**Competencias de titulación**

Código	
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.
A18	CE18. Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemá) co obxecto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.
A26	CE26. Saber emplegar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.
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.
B7	CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).	B1
CE18. Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán) co obxecto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.	A18
CE26. Saber emplegar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.	A26
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.	A3
Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.	B3
Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.	B7

**Contidos**

Tema	
Introduction.	Numerals. Company organization.
1. Cultural diversity and socializing.	Building a relationship. Culture and entertainment.
2. Telephoning.	Taking and leaving messages. Appointments. Problem solving.
3. Written communication.	E-mails, enquiries, orders and applications.
4. Presentations.	The introduction. The main body. The end.
5. Meetings.	Key features of an effective meeting. How to open a meeting. How to interrupt. Obtaining consensus. How to end a meeting effectively.
6. Negotiations.	Types of negotiations. Bargaining and making concessions. Accepting and confirming. Summarising. Ending the negotiation.

<b>Planificación</b>			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión maxistral	27	60	87
Prácticas de laboratorio	22	40	62

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

<b>Metodología docente</b>	
	Descripción
Actividades introductorias	Presentación de la materia.
Sesión maxistral	Presentación de contenidos teóricos y de trabajos y ejercicios a realizar.
Prácticas de laboratorio	Presentación de trabajos, tareas y ejercicios para poner en práctica las destrezas comunicativas en inglés.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodologías	Descripción
Sesión maxistral	Se realizará un seguimiento individualizado del alumno en el laboratorio de idiomas. Habrá atención personalizada a los alumnos en el horario de tutoría publicado en el centro.
Prácticas de laboratorio	Se realizará un seguimiento individualizado del alumno en el laboratorio de idiomas. Habrá atención personalizada a los alumnos en el horario de tutoría publicado en el centro.

<b>Avaliación</b>		
	Descripción	Calificación
Sesión maxistral	Presentación de contenidos teóricos y de trabajos y ejercicios a realizar.	50
Prácticas de laboratorio	Presentación de trabajos, tareas y ejercicios para poner en práctica las destrezas comunicativas en inglés.	50

### **Otros comentarios sobre la Evaluación**

Sistema de evaluación continua pura: los alumnos serán evaluados a través de su asistencia y participación en las sesiones presenciales, ejercicios a entregar y actividades asignadas a lo largo del curso, tanto individuales como en grupo. Es posible, también, que se establezcan pruebas cortas.

Cualquier alumno que no supere la materia a través de la evaluación continua, podrá presentarse a un examen final donde se evaluarán los conocimientos globales de la materia.

### **Bibliografía. Fuentes de información**

#### **Bibliografía básica (Manual de texto obligatorio):**

Cambridge: Cambridge 1. TEXT BOOKS

Hollett: *Business Objectives*. Oxford: 1996.

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

#### 2. CORRESPONDENCE

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

Bruce: *Telephoning*, Longman. 1987.

Naterop & Revell: *Telephoning in English*. Cambridge, 1987.

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

#### 4. LISTENING COMPREHENSION

Lees: *Negotiate in English*. Nelson, 1983.

#### 5. READING COMPREHENSION

Spiro: *Business Information*. Arnold, 1985.

## 6. GRAMMAR

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

Sánchez Benedito: *English Grammar for Spanish Speakers*. Alhambra, 1991 (español).

## 7. DICTIONARIES

*Oxford Dictionary of Business English*.

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

---

### **Recomendacións**

#### **Otros comentarios**

Es conveniente que el alumno tenga unos conocimientos previos de inglés equivalente a A2 / B1 dentro del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas.

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

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Idioma comercial: Francés**

Asignatura	Idioma comercial: Francés			
Código	V06G270V01305			
Titulación	Grao en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua	Francés			
Impartición				
Departamento	Filoloxía inglesa, francesa e alemá			
Coordinador/a	Salceda Rodríguez, Hermes			
Profesorado	Salceda Rodríguez, Hermes			
Correo-e	hermes.salceda@uvigo.es			
Web	http://fatic			
Descripción general	Se pretende en esta materia que el estudiante pueda comprender mensajes profesionales sencillos orales y escritos y que pueda comunicarse en situaciones cotidianas y profesionales básicas. La metodología utilizada para alcanzar este objetivo será de tipo comunicativo.			

**Competencias de titulación**

Código	
A18	CE18. Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elegida (inglés, francés ou alemá) co obxecto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.
A26	CE26. Saber emplegar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais da práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Mellorar o coñecemento da lingua instrumental co fin de obter unha competencia lingüística e comunicativa na lingua obxecto de estudio. no entorno profesional.	A18 A26
Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores extranjeros en ámbitos nacionales e internacionales.	A18 A26

**Contidos**

Tema	
1. La caractérisation des personnes et la prise de contact. L'entreprise et son personnel : les collègues, le recrutement, la formation.	1. La phrase attributive. Être et avoir. Quelques formes de l'interrogation. La phrase négative
2. Expliquer ses habitudes et interroger les autres sur les leurs. Les clients, les fournisseurs.	2. La phrase active simple. L'expression de la fréquence. Le présent d'habitude.
3. Décrire l'espace. Demander son chemin. L'espace de travail, les transports.	3. Les marqueurs spatiaux. Le présent, le futur et l'impératif des verbes.
4. L'expression de la quantité	4. Les quantification. Les partitifs. Les démonstratifs. La possession.
5. Décrire les objets et leur usage. Les commandes, les factures.	5. La caractérisation à l'aide de préposition. Les compléments du nom. Les verbes pronominaux. L'injonction.
6. Comparer des objets, des situations, des personnes	6. La comparaison. L'expression du point de vue.
7. La communication dans l'entreprise: le téléphone, les notes de service, les formulaires, les lettres commerciales.	7. Exposer, ordonner, conclure.

**Planificación**

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas e/ou exercicios	14	18	32
Outros	3	15	18
Traballos tutelados	10	0	10
Sesión maxistral	28	50	78
Probos prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	3	9	12

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

## Metodología docente

	Descripción
Resolución de problemas e/ou ejercicios	El trabajo se basará en la explotación comunicacional de documentos auténticos.
Outros	Actividades de expresión oral e escrita
Traballos tutelados	Se orientará a los alumnos sobre los trabajos a realizar.
Sesión maxistral	Tendrán un carácter teórico-práctico.

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Traballos tutelados	Se recomienda a los estudiantes que tengan mayores dificultades acudir con frecuencia a las tutorías.

## Avaliación

	Descripción	Calificación
Sesión maxistral	Examen teórico-práctico	60
Probas prácticas, de ejecución de tarefas reais e/ou simuladas.	Devoirs à la maison	40

## Otros comentarios sobre la Evaluación

Se recomienda :

- La frecuentación de los medios de comunicación franceses.
- El uso de la herramienta informática para el auto-aprendizaje.

NOTA BENE:

- Los alumnos que lo deseen tendrán derecho a un examen final que valdrá por el 100% e su nota.

## Bibliografía. Fontes de información

--- Se proporcionará a principio de curso una lista de sitios web útiles.

BAJARD, Jean-Pierre & SIBIEUDE, Christiane. *Les français en affaires*. Paris, Hatier International, 1987.

CANTERA, Jesús & ESPINOSA, M<sup>a</sup> Dolores. *Le français des affaires et de l'administration*. Universidad de Murcia, 1992.

COLIGNON, Jean-Pierre. *Savoir écrire, savoir téléphoner. Guide pratique de la correspondance et du téléphone*. Paris, Duculot, 1983.

DANILO, M. - CHALLE, O. *Le Français Commercial*. Paris, Presses Pocket, 1985.

DANILO, Michel - TAUZIN, Béatrice. *Le français de l'entreprise*. Paris, Clé International, 1990.

GERARD, Sylvie - LIEVREMONT, Philippe - LADKA, Viviane. *La Correspondance*. Paris, Nathan, 1992.

GIRAULT, O. & NONY, D. *Situations et techniques commerciales*. Foucher/Hatier

## Recomendacións

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Idioma comercial: Alemán**

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

**Competencias 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.
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).
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).	B1
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.	A18
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
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.	A3
CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.	B3

**Contenidos**

Tema	
1. Der Satz und die Wortstellung.	1. Vorlektion: gemeinsam lernen
2. Der Artikel und die Personalpronomen.	2. Lerntipps zur Grammatik und zum Lesen, Hören, Sprechen und Schreiben
3. Das Verb: Präsens und Imperativ.	3. Wortschatz erwerben und behalten
4. Das Nomen.	4. Marketing □ Einstieg

5. Der Akkusativ	5. Marketing <input type="checkbox"/> Ein fremder Markt <input type="checkbox"/> Internationales Marketing <input type="checkbox"/> Marktforschung <input type="checkbox"/> Vom Verkäufermarkt zum Käufermarkt
6. Die Zahlen	6. Marketing <input type="checkbox"/> Absatz und Marketing <input type="checkbox"/> Marketing in der Praxis
7. Die Präpositionen	7. Marketing <input type="checkbox"/> Marketingmix <input type="checkbox"/> Absatzpolitisches Instrumentarium <input type="checkbox"/> Visualisierung und Beschreibung
8. Der Dativ	8. Unternehmens- und Produktpräsentation <input type="checkbox"/> Einstieg <input type="checkbox"/> Unternehmen präsentieren sich <input type="checkbox"/> Eine Checkliste für Unternehmens- und Produktpräsentationen <input type="checkbox"/> Stellenangebote als Mittel der Firmenpräsentationen <input type="checkbox"/> Das Image eines Unternehmens <input type="checkbox"/> Die Unternehmenskultur <input type="checkbox"/> Die Geschichte von Unternehmen
9. Das Fragepronomen	9. Unternehmens- und Produktpräsentation <input type="checkbox"/> Firmen und Produktpräsentationen <input type="checkbox"/> Inhaltspunkte einer Produktpäsentation <input type="checkbox"/> Präsentationen
10. Die Negation	10. Unternehmens- und Produktpräsentation <input type="checkbox"/> Aktuelle Firmendaten verstehen, Diagramme beschreiben <input type="checkbox"/> Mitteilungen der Presse <input type="checkbox"/> Geschäftsberichte <input type="checkbox"/> Diagramme beschreiben

### Planificación

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

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

### Metodologías

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

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Atención personalizada en las horas de tutoría publicadas en el Centro.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Atención personalizada en las horas de tutoría publicadas en el Centro.

### Evaluación

	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Valoración continua de la participación y del aprendizaje	25

Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Valoración global de las actividades de repaso	25
Pruebas de respuesta corta	(*)Exame escrito	50

---

### Otros comentarios sobre la Evaluación

El sistema de evaluación continua mixto implica la asistencia regular al aula estimada en un 80% del total de las horas y la participación activa del alumnado en el desarrollo de la clases magistrales, así como en los trabajos y ejercicios realizados en el aula y en los tutelados o realizados de forma autónoma, lo que computará un 50% de la nota final. Se informará a la profesora de cualquier incidente en relación con la no asistencia a las clases. El 50% de la nota restante se obtiene con la superación de un examen escrito, realizado en la fecha que marque la convocatoria oficial.

---

### Fuentes de información

Langenscheidt, **Diccionario Moderno Alemán. Español/Alemán. Alemán/Español**, 2005,

Fuentes complementarias:

Castell, A. *Gramática de la lengua alemana*, Ismaning: Max Hueber Verlag, 1995

Hering, A. und Matussek, M. *Geschäftskommunikation. Schreiben und Telefonieren*, Diccionario Cuatrilingüe de Marketing y Publicidad: Inglés, Español, Francés y Alemán Stalb, H. *Aufbaukurs Deutsch*, Ismaning: Verlag für Deutsch, 1993.

---

### Recomendaciones

#### Otros comentarios

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

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

Asignatura	Informática aplicada a la gestión comercial			
Código	V06G270V01307			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Informática			
Coordinador/a	Vazquez Nuñez, Francisco Jose			
Profesorado	Castelo Boo, Santiago Vazquez Nuñez, Francisco Jose			
Correo-e	pvazquez@uvigo.es			
Web	http://fatic.uvigo.es			
Descripción general				

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

**Contenidos**

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

**Planificación**

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión magistral	12	15	27
Trabajos de aula	15	8	23
Prácticas en aulas de informática	22	20	42
Trabajos y proyectos	0	20	20
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 de los conocimientos previos del alumno y explicación de la metodología a seguir a lo largo del curso
Sesión magistral	En estas sesiones se explorará a los alumnos los conceptos y metodologías necesarias para el conocimiento de la materia
Trabajos de aula	Ejercicios propuestos por el profesor que los alumnos analizarán en el aula, para posteriormente realizar en el aula de informática, bien de forma individual o en grupos
Prácticas en aulas de informática	Ejercicios propuestos por el profesor que los alumnos resolverán con la ayuda del ordenador en el aula de informática. Serán trabajos individuales y en grupo

### Atención personalizada

Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	Los alumnos tendrán a su disposición a los profesores para aclarar cualquier duda relativa a la materia en su correspondiente despacho en el horario de tutorías, que será publicado por la Escuela y facilitado a los alumnos el primer día de clase.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Los alumnos tendrán a su disposición a los profesores para aclarar cualquier duda relativa a la materia en su correspondiente despacho en el horario de tutorías, que será publicado por la Escuela y facilitado a los alumnos el primer 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
Trabajos de aula	En este apartado se calificará los ejercicios realizados y entregados por los alumnos en el aula de clase	20
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 calificarán 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	20
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	20
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	30

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Para superar la materia es necesario que el alumno obtenga una puntuación del 50% del total y además que en los apartados:

- Trabajos de aula y Pruebas de tipo test obtenga al menos un 30% de la puntuación máxima de los dos apartados en conjunto.
- Trabajos y proyectos y Resolución de problemas y/o ejercicios obtenga al menos un 30% de la puntuación máxima de los dos apartados en conjunto.

Se realizará un examen en la fecha fijada por el centro al finalizar el cuatrimestre y otro en el mes de julio en el que la puntuación será del 100% de la materia, no siendo necesarios prerrequisitos para presentarse a este examen. El hecho de presentarse a este examen implica la renuncia a las calificaciones obtenidas a lo largo del curso.

Para los alumnos que durante el cuatrimestre no obtengan una puntuación suficiente para superar la materia, se les permitirá realizar ejercicios y trabajos que entregarán en tutorías, lo que les permitirá en caso de obtener una calificación suficiente de acuerdo a los criterios fijados para superarla por curso, poder superarla en el mes de julio.

---

### **Fuentes de información**

Prieto Espinosa, Alberto y otros, **Conceptos de Informática**, 2010,

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,

Ludon, Kenneth, **E-commerce: Negocios, tecnología y sociedad**, 2009,

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

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

---

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

### **Recomendaciones**

---

#### **Otros comentarios**

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

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Contabilidad de costes**

Asignatura	Contabilidad de costes			
Código	V06G270V01401			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Martin-Casal Garcia, Jose Antonio			
Profesorado	Martin-Casal Garcia, Jose Antonio			
Correo-e				
Web				
Descripción general	Fundamentos de la contabilidad de costes, el coste y su repercusión en el valor de las existencias y en cálculo del resultado del ejercicio (elementos del coste del producto, sistemas de acumulación y métodos de cálculo.			

**Competencias de titulación**

Código	
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.
A20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B12	CT12. Creatividad.
B17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
A19 CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.	A19	B6
A20 CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.	A20	B8 B12 B17

**Contenidos**

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

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

### Planificación

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

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

### Metodologías

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

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos de aula	A solicitud del alumno se resolverán las dudas que se puedan plantear en el horario de tutorías que se publicará.
Presentaciones/exposiciones	A solicitud del alumno se resolverán las dudas que se puedan plantear en el horario de tutorías que se publicará.

## Evaluación

	Descripción	Calificación
Presentaciones/exposiciones	Valoración del grado de asimilación, claridad expositiva, de síntesis y de presentación del tema tratado de forma individual o en grupo y de las respuestas dadas a las preguntas del profesor.	30
Trabajos de aula	Valoración de la originalidad, consistencia, entidad y facilidad de uso del modelo desarrollado.	20
Pruebas de tipo test	Realización de dos pruebas tipo test a lo largo del curso, con 3 o 4 posibles respuestas para cada ítem siendo solamente una de ellas válida. Los errores puntúan en negativo.	25
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Realización de un examen práctico a la conclusión de la materia de 3 o 4 ejercicios.	25

## Otros comentarios sobre la Evaluación

Quienes renuncien a la evaluación continua (no presentándose a los dos exámenes: test y práctico) deberán realizar un examen global que se superará con una calificación de 5 sobre 10. El examen global será también el método de evaluación en segunda convocatoria.

## Fuentes de información

Alvarez-Dardet Espejo, M<sup>ª</sup>C. y Gutierrez Hidalgo, F., **Contabilidad de gestión; cálculo de costes**, 2009,  
Ripoll, V., Alcoy, P. y Crespo, C., **Casos prácticos resueltos de contabilidad de costes**, 2011,  
Alvarez-Dardet Espejo, M<sup>ª</sup>C. y Gutierrez Hidalgo, F., **Contabilidad de gestión; profundización en el cálculo del coste y proceso de planificación y control**, 2010,  
Horngren, C.T, Datar, S.M. y Foster, G., **Contabilidad de costos; un enfoque gerencial**, 2007,

## Recomendaciones

### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204  
Informática aplicada a la gestión comercial/V06G270V01307

### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

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

Asignatura	Decisiones de inversión en el comercio			
Código	V06G270V01402			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Garrido Valenzuela, Irene			
Profesorado	Garrido Valenzuela, Irene			
Correo-e				
Web				
Descripción general	En esta materia se pretende dotar al alumno de formación para la toma de decisiones en los procesos de inversión: Clasificación de las inversiones. Conocer los elementos y métodos para la valoración y selección de inversiones. El riesgo en las decisiones de inversión y la inversión en fijo y en circulante en el comercio.			

**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.
A4	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.
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.
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.
A20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
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).
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.
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.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
B10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
B11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
B12	CT12. Creatividad.
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.

<b>Competencias de materia</b>		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conocer los principios básicos de la gestión financiera de empresas. saber	A1 A4	
Conocer el concepto de inversión y sus implicaciones en el sistema empresarial	A1 A4 A10	B4
Conocer la interrelación entre las inversiones y la estructura financiera	A1 A4 A10 A19 A22	B4
Conocer el objetivo financiero	A6 A21	B15 B16
(*)Conocer la situación de una empresa a partir de sus estados financieros	A4 A19 A20 A21 A22 A24	B1 B4 B6 B8 B10
Conocer aquellas características definitorias que van a influir en la rentabilidad de las inversiones en el comercio	A19 A22	B3 B4 B5
Conocer y aplicar las principales técnicas analíticas para determinar la rentabilidad de las inversiones en el comercio	A21 A24	B3 B4 B5 B8
Interpretar y dar a conocer los diferentes resultados obtenidos en la evaluación y rentabilidad de inversiones	A20 A24	B1 B3 B4 B6 B10 B11 B12 B17
Conocer cuáles son aquellos factores que pueden introducir sesgos en los resultados de rentabilidad, así como su resolución e interpretación	A21 A24	B2 B3 B4 B5 B6 B17
Aplicar herramientas informáticas en la resolución de supuestos prácticos de evaluación de la rentabilidad de inversiones	A21 A24	B3 B4 B5 B6 B8 B17 B18
Conocer y valorar la incidencia de la fiscalidad en la rentabilidad de las inversiones	A6 A19	B9 B11
Conocer y valorar la incidencia del riesgo en la rentabilidad de las inversiones	A6 A21 A24	B5 B6 B13 B14

## **Contenidos**

Tema	
Conceptos básicos: La función financiera de la empresa	Evolución histórica de las finanzas. El objetivo financiero. Competencias de la función financiera de la empresa.
La estructura económico financiera de la empresa	Los flujos financieros en la empresa. El equilibrio entre las masas patrimoniales: el concepto de Fondo de Rotación. Los ciclos de actividad de la empresa y el Período medio de Maduración. Principales ratios para el análisis económico-financiero
Metodología de cálculo financiero aplicable en las decisiones de inversión	Efectos del tiempo sobre el valor del dinero: la inflación y el tipo de interés. Valor futuro del dinero: operaciones de capitalización. Valor actual del dinero: operaciones de actualización. Cálculo de rentas.

Métodos para evaluar la rentabilidad de inversiones	Concepto de inversión. Principales magnitudes a considerar en las inversiones. Métodos estáticos de selección de inversiones. La tasa de actualización o coste de capital de la empresa. Estimación de flujos de caja con consideraciones fiscales. El criterio del valor capital. El criterio del TIR. Jerarquización de proyectos en base al valor capital y TIR: Condiciones para la no concordancia entre ambos y punto de Fisher. Comparación de la rentabilidad de varias inversiones: la homogeneización. La inconsistencia del TIR. Renovación de activos fijos de la empresa
La consideración del riesgo en las decisiones de inversión	El riesgo en la toma de decisiones de inversión. El valor capital esperado y la tasa de rendimiento interno esperada en situación de riesgo. El riesgo en la selección de inversiones a través de métodos de ajuste no probabilístico.
Metodologías complementarias a la toma de decisiones de inversión	Utilización de árboles de decisión. Análisis de sensibilidad de las magnitudes de la inversión. Programación lineal aplicable a las inversiones. Generación de escenarios y aplicación práctica en hoja de cálculo.

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	7	14	21
Tutoría en grupo	5	9.8	14.8
Prácticas en aulas de informática	10	19	29
Sesión magistral	28	53.2	81.2
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	2	0	2
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	0	2

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

### Metodologías

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

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Aprendizaje a partir del material y tareas propuestos a los alumnos, supervisando su aprendizaje autónomo en grupos de laboratorio y tutorías personalizadas. Retroalimentación con el docente.
Tutoría en grupo	Aprendizaje a partir del material y tareas propuestos a los alumnos, supervisando su aprendizaje autónomo en grupos de laboratorio y tutorías personalizadas. Retroalimentación con el docente.
Prácticas en aulas de informática	Aprendizaje a partir del material y tareas propuestos a los alumnos, supervisando su aprendizaje autónomo en grupos de laboratorio y tutorías personalizadas. Retroalimentación con el docente.

### Evaluación

	Descripción	Calificación
Tutoría en grupo	Evaluación de la exposición de la realización de forma autónoma o en grupos de ejercicios propuestos previamente a las sesiones: 10%. Evaluación mediante la realización de cuestiones sobre los contenidos teóricos expuestos en las sesiones magistrales: 20%. En las pruebas se exigirá un nivel mínimo para superarlas.	30

Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Pruebas para evaluación de las competencias que incluyen preguntas abiertas sobre un tema. Los alumnos deben desarrollar, relacionar, organizar y presentar los conocimientos que tienen sobre la materia en una respuesta extensa.	30
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de una prueba escrita presencial, al final del cuatrimestre sobre la adquisición de competencias de conocimiento, destrezas en la práctica y adaptación a nuevas situaciones. Se exige un nivel mínimo obligatorio para superarla.	40

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Evaluación continua:

1.- Pruebas descritas objeto de calificación que configuran el 30% de la nota. Para la segunda convocatoria, de presentarse, se mantendrá la calificación de estas pruebas.

2.- Examen escrito, que configura el 70% restante de la nota. Este se celebrará al final del curso, convocatoria de mayo/junio.

Se exige un nivel mínimo obligatorio para superarlo. La calificación del alumno que no supere los mínimos contemplados en la prueba será de suspenso.

Los alumnos que no superen el paso 1 de la evaluación continuada, y los que no la han seguido, serán evaluados con un examen de carácter global sobre los conocimientos de todos los contenidos de la materia, destrezas en la práctica y adaptación a nuevas situaciones. Se exige un nivel mínimo obligatorio para superarlo. La calificación del alumno que no supere los mínimos contemplados en la prueba será de suspenso.

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

### Fuentes de información

Blanco Ramos, F. y Ferrando Bolado, M., **Dirección Financiera I. Selección de inversiones.**, Madrid, 2006.,  
 Cibrán Ferraz, P. y Villanueva Villar, M, **Gestión financiera : teoría y casos prácticos .**, Santiago. 2005.,  
 Fernández Alvarez, A.I., **Introducción a las Finanzas**, Madrid, 1994,  
 Garrido Valenzuela, I. y Beltrán Varandela, J.L., **El Mercado de Valores: Nuevo Entorno de Negociación**, Vigo, 2009,  
 Hayat, S. y San Millán, A., **Finanzas en excel.**, Madrid, 2006,  
 López López, V.; Illanes Sánchez, J.C., **Casos de Economía de la Empresa: modelos y soluciones con excel.**, 2002,  
 Mascareñas Pérez Iñigo, J., **Finanzas para directivos.**, Madrid, 2010,  
 Pisón Fernández, I., **Dirección y Gestión Financiera de la Empresa.**, Madrid, 2001,  
 Suarez Suarez, A., **Decisiones óptimas de inversión y financiación.**, Madrid, 1995,  
 Vallelado González, E.; Azofra Palenzuela, V., **Prácticas de Dirección Financiera.**, Madrid, 2002,

### Recomendaciones

#### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Contabilidad financiera/V06G270V01301

#### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

### Otros comentarios

Esta guía Docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumno en la materia y se concibe de forma flexible. Por lo tanto podría ser objeto de posteriores reajustes a medida que lo aconseje el propio desarrollo del Curso Académico. Por otro lado, esta guía aporta a los alumnos la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso de formación

<b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>				
<b>Marketing estratégico</b>				
Asignatura	Marketing estratégico			
Código	V06G270V01403			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Curras Valle, Maria Consuelo			
Profesorado	Curras Valle, Maria Consuelo			
Correo-e	ccurras@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	El contenido de esta asignatura tiene como objetivo definir y analizar el mercado de referencia para la empresa así como llevar a cabo el análisis y diagnóstico estratégico utilizando para ello los instrumentos adecuados. Diseñar y elegir las estrategias que le permitirán a la empresa alcanzar sus objetivos y elaborar el Plan Estratégico de Marketing.			

<b>Competencias de titulación</b>	
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.
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.
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.
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.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

<b>Competencias de materia</b>	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
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	A3
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.	A6
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.	A7
CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.	B3
CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.	B4
CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.	B5
CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.	B8
CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.	B17

<b>Contenidos</b>	
Tema	

TEMA 1. FUNDAMENTOS DE MARKETING ESTRATÉGICO.	1.1. El Marketing en el contexto de la Dirección Estratégica. 1.2. El Marketing como filosofía empresarial. 1.3. La orientación al mercado. 1.4. La dimensión de análisis del Marketing: El Marketing Estratégico. 1.5. La dimensión de acción del Marketing: El Marketing Operativo.
TEMA 2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING.	2.1. La planificación Estratégica de Marketing. 2.2. El Plan Estratégico de Marketing. 2.3. Elementos del Plan Estratégico. 2.4. Estructura del Plan estratégico de Marketing
TEMA 3. IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO DE REFERENCIA.	3.1. Concepto de producto. 3.2. El mercado en su concepción tradicional. 3.3. Definición del mercado de referencia. Mercado relevante y Producto-Mercado. 3.4. Segmentación y selección del mercado objetivo. 3.5. Posicionamiento estratégico
TEMA 4. ANÁLISIS DEL ATRACTIVO DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA.	4.1. Análisis de la demanda. 4.2. El modelo del ciclo de vida del producto. 4.3. Noción de competencia y rivalidad competitiva. 4.4. Identificación y análisis de los competidores. 4.5. Evaluación competitiva comparada o benchmarking.
TEMA 5. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE MARKETING	5.1. Análisis de la cartera de productos. 5.2. Matriz de crecimiento-cuota de mercado. 5.3. Matrices del atractivo de mercado-competitividad de la empresa. 5.4. El análisis DAFO.
TEMA 6. ESTRATEGIAS DE MARKETING.	6.1. Clasificación de las estrategias de Marketing. 6.2. Estrategias básicas de desarrollo. 6.3. Estrategias de crecimiento. 6.4. Estrategias competitivas. 6.5. Estrategias de desarrollo de nuevos productos.
TEMA 7. EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING.	7.1. Ejecución del Plan Estratégico de Marketing. 7.2. Modelo de ejecución estratégica: Estructura Organizativa, Cultura empresarial, Los Sistemas de Dirección y el Marketing Interno. 7.3. El control de las actividades de Marketing. 7.4. La Auditoría de Marketing

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Proyectos	8	32	40
Estudio de casos/análisis de situaciones	13	32	45
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión magistral	28	32	60
Pruebas de tipo test	2	2	4

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

### Metodologías

	Descripción
Proyectos	Los alumnos elaborarán un Plan de Marketing en grupos que deberán exponer al finalizar la materia.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Casos reales, comentario de novedades, análisis de situaciones empresariales, debates etc. Esta actividad se podrá realizar individualmente o en grupo.
Actividades introductorias	Exposición del profesor sobre la integración e interrelación de la materia en el plan de estudios.
Sesión magistral	Exposición de los conceptos teóricos en la clase fomentando la participación del alumnado.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Proyectos	Habrà atención personalizada, en las horas asignadas a tutorías, para: . seguimiento y el control del proyecto. . estudio y comprensión de la materia. . trabajos derivados del estudio de casos y análisis de la situación.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Habrà atención personalizada, en las horas asignadas a tutorías, para: . seguimiento y el control del proyecto. . estudio y comprensión de la materia. . trabajos derivados del estudio de casos y análisis de la situación.

### Evaluación

	Descripción	Calificación
Proyectos	Se valorará el desarrollo, contenido y presentación del Plan de Marketing	30
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se valorará el desarrollo, presentación y entrega de los casos prácticos.	15
Sesión magistral	Se valorará la asistencia, actitud y participación del alumnado.	5
Pruebas de tipo test	Se valorarán las pruebas de 0 a 10 siendo necesario obtener como mínimo un 5 en cada una de ellas.	50

---

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Los alumnos que no superen la materia por evaluación continua explicitada anteriormente, deberán presentarse al examen oficial de la materia establecido por el Centro en su calendario de exámenes, con una puntuación de 0 a 10, siendo el "aprobado" un 5. Este examen será diferente de las pruebas tipo test anteriormente citadas.

---

### Fuentes de información

**Munuera Aleman J.L.Rodríguez Escudero A..I.Estrategias de Marketing.Un enfoque basado en el proceso de dirección. ESIC, 2007.**

Sánchez Herrera, J. *Estrategias y Planificación en Marketing. Métodos y aplicaciones.* Pirámide, 2010

**Sánchez Pérez, M. y otros. Casos de Marketing y Estrategia. UOC, 2006.**

---

### Recomendaciones

#### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Idioma comercial: Inglés/V06G270V01304

#### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204

Empresa: Principios de gestión responsable/V06G270V01103

### Otros comentarios

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

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

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

**Competencias de titulación**

Código	
A4	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.
A5	CE5. Comprender los objetivos, alcance y valor de la función de aprovisionamiento y distribución comercial, sus interrelaciones con el resto de áreas y su papel como intermediaria de la actividad comercial, con el fin de diseñar estrategias para la provisión y comercialización de bienes y servicios.
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.
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.
B15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.

**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.	A4
CE5. Comprender los objetivos, alcance y valor de la función de aprovisionamiento y distribución comercial, sus interrelaciones con el resto de áreas y su papel como intermediaria de la actividad comercial, con el fin de diseñar estrategias para la provisión y comercialización de bienes y servicios.	A5
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.	A15
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
CT15. Compromiso ético en el trabajo.	B15

**Contenidos**

Tema	
Tema 1. La cadena de actividades: del aprovisionamiento a la entrega del producto.	(*)
Tema 2. La función de aprovisionamiento en la empresa.	(*)(*)
Tema 3. Gestión de inventarios.	(*)(*)
Tema 4. La transformación y obtención del producto terminado.	(*)(*)
Tema 5. La función de distribución.	(*)(*)
Tema 6. Tratamiento de residuos.	(*)(*)

<b>Planificación</b>			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	28	0	28
Resolución de problemas y/o ejercicios	8	20	28
Estudio de casos/análisis de situaciones	8	20	28
Otros	2	0	2
Pruebas de respuesta corta	4	60	64

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

<b>Metodologías</b>	
	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio con ayuda de diverso material . Resolución de ejercicios y cuestiones.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de ejercicios y cuestiones por parte del alumno de forma individual o en grupo bajo la supervisión del profesor
Estudio de casos/análisis de situaciones	Resolución de casos de empresas relacionados con los contenidos de la asignatura, bajo la propuesta, guía y supervisión del profesor
Otros	Asistencia a conferencias, visitas a empresas, exposiciones de trabajos.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Tiempo reservado para orientar y atender al alumnado y resolver sus dudas en el proceso de adquisición de las competencias de la materia.

<b>Evaluación</b>		
	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba objeto de evaluación continua sobre contenidos de la materia, consistente en la resolución de cuestiones planteadas, guiadas y supervisadas por el profesor.	15
Estudio de casos/análisis de situaciones	Prueba objeto de evaluación continua sobre casos o situaciones propuestos por el profesor y relacionados con la materia	10
Otros	Participación activa en clase sobre los temas tratados y planteados en cada momento por el profesor y relacionados con la materia. Se tendrá en cuenta la actitud del alumno.	5
Pruebas de respuesta corta	Examen como prueba para evaluar los conocimientos adquiridos por el alumno sobre la materia.	70

### **Otros comentarios sobre la Evaluación**

Los alumnos que a pesar de seguir el procedimiento de evaluación continua no consigan superarla, podrán recuperar las partes no superadas en las convocatorias de junio y julio.

Los alumnos que no sigan la evaluación continua deberán realizar un examen final específico en el que deberán obtener una puntuación de 5 sobre 10, tanto para la convocatoria de junio como de julio.

### **Fuentes de información**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### **Recomendaciones**

**Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

---

Empresa: Principios de gestión responsable/V06G270V01103

---

**Otros comentarios**

---

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

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Réxime fiscal da empresa**

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

**Competencias de titulación**

Código	
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.
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.
A13	CE13. Coñecer os regulamentos dos impostos, en particular os que afectan ás transaccións, co fin de saber cumprimentar as correspondentes declaracións, así como o réxime xurídico da obrigaón tributaria e os procedimentos de aplicación dos tributos, en especial a liquidación, recadación e inspección.
B3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.
B4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.
B6	CT6. Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.
B10	CT10. Comprensión de sistemas sociais, organizativos e técnicos.
B17	CT17. Atención ao detalle, precisión, motivación pola mellora continua.

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
(*)(*)	A2	B3
	A6	B4
	A13	B6
		B10
		B17

**Contidos**

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

<b>Planificación</b>			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión maxistral	27	27	54
Prácticas de laboratorio	18	18	36
Prácticas autónomas a través de TIC	0	25	25
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	4	12	16
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	2.5	15.5	18

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

<b>Metodoloxía docente</b>	
	Descrición
Actividades introductorias	Presentación do contido e obxectivos da materia. Metodoloxía de traballo e sistemas de control e avaliación.
Sesión maxistral	Para cada tema o docente presentará na aula as cuestións mais relevantes e formulará a metodoloxía a seguir para interpretar as consecuencias e efectos prácticos da norma tributaria. Posteriormente o alumno deberá revisar de xeito autónomo os contidos expostos.
Prácticas de laboratorio	As sesións prácticas terán lugar en seminarios e en aulas de informática. En cada sesión proporánse casos a estudar en grupos reducidos (de 3 alumnos no caso de seminarios e individualizados no caso das prácticas informáticas) que deberán comentar, resolver e defender. O alumno disporá previamente dos enunciados dos casos a través da Plataforma Tema e deberá elaborar unha primeira proposta de solución xustificada que deberá entregar previamente ó desenvolvemento da sesión presencial. En todos os casos, o alumno disporá posteriormente da solución comentada que lle servirá de material adicional de estudo.
Prácticas autónomas a través de TIC	Cada semana, despois da sesión maxistral, abriráse un formulario práctico dixital (de resposta curta ou test) na Plataforma Tema, relativo ós contidos desenvolto na sesión maxistral. Trátase de actividades non presenciais que posibilitan o seguimento e avaliación do alumno, que deberá responder nos prazos sinalados. En cada caso, o alumno disporá posteriormente da solución que lle permita verificar os resultados acadados.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	Durante as prácticas de laboratorio, preténdese orientar, supervisar, atender e resolver as dúbidas do alumno no seu proceso de adquisición das competencias, en xeral, e na realización das actividades propostas, en particular. Ademais, cada profesor establecerá ó comenzo do curso un horario para titorías individuais ó que o alumno pode acudir para resolveren calquera tipo de dúbida referente á materia.

<b>Avaliación</b>		
	Descrición	Calificación
Prácticas de laboratorio	Avaliaráse e puntuarase a entrega previa da proposta de solución para cada práctica de laboratorio. Este apartado de traballo persoal puntuarase sobre un máximo global de 1 punto.	10
Prácticas autónomas a través de TIC	Avaliaráse e puntuarase a resolución dos casos propostos despois de cada sesión maxistral. Este apartado de traballo persoal puntuarase sobre un máximo global de 2 puntos.	20
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	Ó remate das partes II e III do programa da materia, en dúas das sesións prácticas presenciais, proporase un boletín de casos que o alumno deberá resolver de xeito individual e que permitirá avaliar o seu nivel de coñecementos ata ese momento. Cada unha destas dúas probas puntuarase cun máximo de 1 punto.	20
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	Rematada a docencia presencial, o alumno deberá realizar unha proba escrita que consistirá na resolución de casos prácticos de liquidación do IRPF e do Imposto de Sociedades. O alumno deberá resolver de xeito individualizado os casos propostos xustificando as decisións adoptadas. Esta proba escrita final avaliarase cunha puntuación máxima de 5 puntos.	50

### **Otros comentarios sobre la Evaluación**

Para superar a materia o alumno deberá acadar unha puntuación mínima de 5 puntos.

---

## **Bibliografía. Fontes de información**

---

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Selección de lexislación relativa ó IRPF e ó Imposto de Sociedades.
- Esquemas básicos e supostos prácticos. Plataforma Tema.
- *Manuel Practico Renta*. Axencia Tributaria. Edición actualizada.
- *Manual Práctico Sociedades*. Axencia Tributaria. Edición actualizada.
- Gabinete xurídico do Centro de Estudos Financeiros: "*Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. Casos Prácticos*" . Madrid: editorial CEF (edición actualizada).
- Gabinete xurídico do Centro de Estudos Financeiros: "*Impuesto sobre Sociedades. Casos Prácticos*" . Madrid: editorial CEF (edición actualizada).
- Moreno Moreno, M<sup>a</sup> Carmen e Paredes Gómez, Raquel: "*Fiscalidad Individual y Empresarial. Ejercicios resueltos*" . Madrid: editorial Cívitas (edición actualizada).
- Albi Ibáñez, Emilio: "*Sistema Fiscal Español. Volumen 1*" . Barcelona: editorial Ariel (edición actualizada).

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Díaz Arias, José Manuel: "*Ley comentada del Impuesto sobre Sociedades. Concordada, jurisprudencia, consultas tributarias y doctrina*" . Barcelona: editorial Deusto (edición actualizada).
- Pla Vall, Ángeles e Salvador Cifre, Concha: "*Impuesto sobre Sociedades. Régimen General y empresas de reducida dimensión*" . Valencia: editorial Tirant lo Blanch (edición actualizada).
- "*Memento Práctico Fiscal*" . Madrid: ediciones Francis Lefebvre (edición actualizada).

### ENLACES DE INTERNET DE INTERESE

- Agencia Tributaria: [www.aeat.es](http://www.aeat.es)
- Instituto de Estudios Fiscales: [www.ief.es](http://www.ief.es)
- Instituto Nacional de Estadística: [www.ine.es](http://www.ine.es)
- Estadísticas OCDE: [www.oecd.org](http://www.oecd.org)

---

## **Recomendacións**

---