



Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo

Presentación

La Facultad de Ciencias Empresariales de Ourense está localizada en el Edificio Jurídico Empresarial del Campus Universitario en pleno centro de la ciudad.

La oferta educativa para el próximo curso 2013-2014

en el Centro es:

Títulos de Grado:

- **GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**
- **GRADO EN TURISMO**
- **PROGRAMA CONJUNTO DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS + INGENIERÍA INFORMÁTICA**
- **GRADO EN CONSULTORÍA Y GESTIÓN DE La INFORMACIÓN (solo se oferta cursos 2º a 4º)**

También se está impartiendo:

- **Curso Ponte para el Grado en ADE**

Si eres Diplomado/la en Ciencias Empresariales puedes obtener tu Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) en uno solo curso académico.

En cuanto a la oferta de POSTGRADOS de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo:

- **MÁSTER OFICIAL EN CREACIÓN, DIRECCIÓN E INNOVACIÓN EN La EMPRESA.**
- **MÁSTER OFICIAL EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO.**
- **MÁSTER OFICIAL EN GESTION EMPRESARIAL DEL DEPORTE**

Por otra parte, durante los últimos años, la Facultad de Empresariales y Turismo, potenció, de forma considerable a participación de los estudiantes en programas de movilidad: *Exchange Students*

Para obtener más información visita nuestra página web <http://www.fcetou.uvigo.es/>

¡Ven a visitarnos!

Organigrama

EQUIPO DECANAL

Decana

Elena Rivo López

Teléfono: 988368800

e-mail: decano.eto@uvigo.es

Vicedecana de Ordenación Académica y Alumnado

Mercedes Mareque Álvarez-Santullano

Teléfono: 988368728

e-mail: chedesmareque@uvigo.es

Vicedecano de Estudios de Grado y Gestión Informática

Diego Rodríguez-Toubes
Teléfono: 988368747
e-mail: drtoubes@uvigo.es

Vicedecana de Calidad

María de Iana Cruz de él Rio Rama
Teléfono: 988368727
e-mail: delrio@uvigo.es

Vicedecana de Relaciones Internacionales

Elena De Prada Creo
Teléfono: 988368726
e-mail: edeprada@uvigo.es

Secretaría

María Beatriz González Sánchez
Teléfono: 988368712
e-mail: bgonzale@uvigo.es

COLABORADORES

Comunicación Web y Redes Sociales

Fidel Picos Sánchez
Teléfono: 988368771
e-mail: fidel@uvigo.es

Localización

Edificio Jurídico-Empresarial
Campus Universitario Las Lagunas
32004 Ourense

Conserjería: + 34 988 368 700

Secretaría de alumnado: +34 988 368 803; administracion.eto@uvigo.es

Secretaría de Decanato: +34 988 368 800; secretario.eto@uvigo.es

Relaciones Internacionales: edeprada@uvigo.es

Información general: info.eto@uvigo.es

Fax: + 34 988 368 923

Página web: www.fcetou.uvigo.es

Grado en Consultoría y Gestión de la Información

Asignaturas

Curso 4

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
004G390V01701	Investigación de mercados	1c	6
004G390V01702	Sistemas de información para el control de gestión	1c	6
004G390V01703	Gestión del conocimiento e innovación	1c	6
004G390V01802	Tecnologías de comercio electrónico	1c	6
004G390V01803	Marketing relacional en s-business	1c	6

004G390V01805	Comunicación comercial multimedia	2c	6
004G390V01806	Mercados financieros: Operativa electrónica	2c	6
004G390V01808	Gestión de proyectos	2c	6
004G390V01810	Gestión documental para la administración de la información	2c	6
004G390V01991	Trabajo de Fin de Grado	2c	12

DATOS IDENTIFICATIVOS**Investigación de mercados**

Asignatura	Investigación de mercados			
Código	O04G390V01701			
Titulación	Grao en Consultoría e Xestión da Información			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición	Galego			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Domínguez Vila, Trinidad			
Profesorado	Domínguez Vila, Trinidad Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Correo-e	trinidad@uvigo.es			
Web				
Descrición general	Estudio da importancia da investigación comercial e o seu papel na actualidade como elemento diferenciador e foco de información.			

Competencias de titulación

Código	
A2	1.1 As organizacións empresariais e o seu ámbito, así como os sistemas de información que estas requiren e a interconexión que existe entre estes ámbitos.
A4	1.3 Os principios e capacidades das TIC e a súa aplicación na práctica profesional. (QAA)
A5	1.4 O marco legal e regulamentario dentro do cal os profesionais da información operan, incluíndoas leis relacionadas coa liberdade de información, protección de datos, difamación, copyright, patentes e outras propiedades intelectuais. (QAA)
A6	1.5 Os métodos de investigación cualitativos e cuantitativos, a súa aplicación e utilidade nun contexto práctico e de políticas baseadas en evidencias. (QAA)
A10	2. Aplicar os coñecementos adquiridos a futuras situacións profesionais e desenvolver competencias relacionadas coa elaboración e defensa de argumentos e resolución de problemas dentro da súa área de estudo.
A15	2.5 Habilidade para utilizar un amplo rango de sistemas, fontes de información y ferramentas de comunicación ou de colaboración electrónicas. (QAA)
A16	2.6 Integrar coñecementos e habilidades para elaborar un traballo académico ou profesional no ámbito dos sistemas de información da empresa, promovendo o traballo en ámbitos próximos á realidade.
A17	3. Ter a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.
A18	3.1 Habilidade para identificar, acceder, avaliar e utilizar as distintas fontes en diferentes contextos. (QAA)
A19	3.2 Competencias cognitivas de pensamento crítico, análise e síntese, incluíndo a habilidade para relacionar e ordenar datos, ideas e teorías nun argumento ben estruturado especialmente nos aspectos organizativos e concernentes á xestión da información e as súas tecnoloxías, coa finalidade de xogar un papel relevante na mellora da calidade da organización. (QAA)
A20	4 Poder transmitir ideas, información, problemas e situacións ao público tanto especializado como non especializado.
A21	4.1 Comunicar dunha maneira clara, sistemática e concisa nun amplo rango de temáticas diferentes e ante distintas audiencias, empregando habilidades de comunicación tanto orais como escritas. (QAA)
A22	4.2 Interaccionar e negociar eficientemente e imparcialmente con individuos e grupos en varios contextos, incluíndo o servizo ao cliente, contacto con provedores e traballo en equipo. (QAA)
A23	4.3 Capacidade de traballar en contextos internacionais e/ou en medios diversos e multiculturalais, valorando o compromiso ético no exercicio profesional.
A24	4.4 Integrar coñecementos e habilidades para elaborar e emitir informes de asesoramento sobre situacións concretas de empresa, promovendo o traballo en ámbitos próximos á realidade.
A27	5.1 Capacidade para adaptarse a situacións novas e a novos coñecementos traballando autonomamente e con espírito de superación.
A28	5.2 Coñecementos do seu contexto profesional e ético, dos requirimentos e mecanismos para continuar co desenvolvemento profesional e a aprendizaxe ao longo da vida. (QAA)
B1	6.1 Habilidades directivas incluíndo xestión do tempo, solución de problemas, toma de decisións, e responsabilidade persoal, iniciativa e liderado. (QAA)
B2	6.2 Creatividade, iniciativa e sensibilidade cara aos temas sociais e ambientais.
B3	6.3 Principios éticos no exercicio profesional e, especialmente, na relación co tratamento da información privada no ámbito empresarial.
B4	6.4 Motivación pola calidade e a mellora continua.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Adquirir, comprender e assimilar os coñecementos acerca dos conceptos, estratexias, técnicas e procesos vinculados á investigación comercial a través da xestión de información.	A2 A4 A5 A6 A10 A15 A16 A17 A18	B1 B4
Implementar a capacidade de planificación, xestión e dirección dos procesos vinculados á investigación de mercados de forma ética, responsable, transversal e asertiva.	A5 A16 A17 A19 A22 A23 A28	B1 B3
Motivar ao alumnado a desenvolver as súas habilidades de comunicación e escritas mediante métodos con alta implicación creativa, grupal e tecnolóxica, así como o uso de diversas técnicas doutras áreas de coñecemento vencelladas.	A17 A19 A20 A21 A24 A27	B1 B2

Contidos

Tema	
TEMA 1: A INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, CONTEXTUALIZACIÓN E O SEU PAPEL NA ACTUALIDADE	TEMA 1: A INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, CONTEXTUALIZACIÓN E O SEU PAPEL NA ACTUALIDADE
TEMA 2: OBXECTIVOS E DESEÑO DA INVESTIGACIÓN. TIPOLOXÍAS	TEMA 2: OBXECTIVOS E DESEÑO DA INVESTIGACIÓN. TIPOLOXÍAS
TEMA 3: MUESTREOS	TEMA 3: MUESTREOS
TEMA 4 : FERRAMENTAS DE RECOLLIDA DE DATOS. O CUESTIONARIO	TEMA 4 : FERRAMENTAS DE RECOLLIDA DE DATOS. O CUESTIONARIO
TEMA 5: TRABALLO DE CAMPO, PREPARACIÓN DOS DATOS E ANÁLISE DOS MESMOS	TEMA 5: TRABALLO DE CAMPO, PREPARACIÓN DOS DATOS E ANÁLISE DOS MESMOS
TEMA 6: EDICIÓN E PRESENTACIÓN DO INFORME	TEMA 6: EDICIÓN E PRESENTACIÓN DO INFORME

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión maxistral	15	2	17
Obradoiros	4	5	9
Presentacións/exposicións	8	20	28
Titoría en grupo	3	10	13
Estudo de casos/análises de situacións	4	3	7
Probos de resposta curta	1	15	16
Traballos e proxectos	10	50	60

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Exposición por parte do docente dos contidos vinculados á asignatura, así como a realización de exercicios, problemas ou traballos a executar polo alumnado en relación á materia a desenvolver.
Obradoiros	Desenvolvemento de dinámicas específicas sobre temáticas vinculadas á asignatura.
Presentacións/exposicións	Presentación por parte do alumnado de tarefas diversas desenvoltas e executadas tanto na aula como fora, e de forma individual ou colectiva.
Titoría en grupo	Reunión conxunta entre alumnado e profesorado para asesoramento, desenvolvemento e supervisión da evolución do alumnado, así como do seu traballo en relación á materia.
Estudo de casos/análises de situacións	Estudo de diferentes casos de actualidade para a aplicación e desenvolvemento de técnicas de investigación e programas informáticos vinculados

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
--------------	------------

Presentacións/exposicións	Tempo reservado para orientar, atender e resolver dúbidas do alumnado no seu proceso de adquisición das competencias da materia.
Titoría en grupo	Tempo reservado para orientar, atender e resolver dúbidas do alumnado no seu proceso de adquisición das competencias da materia.

Avaliación

	Descrición	Calificación
Presentacións/exposicións	Desenvolveranse diferentes presentacións ao longo do cuadrimestre en relación ao traballo a desenvolver.	25
Probas de resposta curta	Proba para a avaliación dos coñecementos e competencias adquiridas.	20
Traballos e proxectos	Realización dunha investigación de mercado sobre unha temática determinada en vinculación á área de coñecementos. Deberase desenvolver, relacionar, organizar e presentar os coñecementos que teñen sobre a materia.	55

Otros comentarios sobre la Evaluación

A avaliación establecida anteriormente é para o alumnado que opte por realizar AVALIACIÓN CONTINUA. A nota que obteñan das probas gardarase para a convocatoria do mesmo ano académico. Para realizar media co resto de notas, deberase acadar o 50% NA PROBA DE RESPONDA CURTA.

Para o alumnado que opte por NON REALIZAR AVALIACIÓN CONTINUA, deberá presentarse con todo o material na data oficial da proba establecida no calendario escolar do cuadrimestre. A proba será de carácter teórico-práctico.

NOTA: *As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso 2013-2014*

Bibliografía. Fontes de información

Dillon, W., Madden, T.J. e Firtle, N.H., **La investigación de mercados. Entorno de marketing**, IRWIN, Madrid,
 Grande, I. e Abascal, E., **Fundamentos y técnicas de investigación comercial**, ESIC, Madrid,
 Lobato, F. e López, M^a. A., **Investigación Comercial**, Thomson Paraninfo, Madrid,
 Malhotra, N.K., **Investigación de mercados**, Pearson, Prentice Hall, México,
 Santesmases, M., **DYANE Versión 3. Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados**, Pirámide, Madrid,
 Trespalacios, J.A., Vázquez, R. e Bello, L., **Investigación de mercados**, Thomson, Madrid,

Recomendacións

Asignaturas que continúan el temario

Internet mercadotecnia/O04G390V01603
 Comunicación comercial multimedia/O04G390V01805

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Métodos estadísticos para a xestión de sistemas de información/O04G390V01404

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa as liñas de actuación que se deben levar a cabo co alumnado na materia e concíbese de forma flexible. En consecuencia, pode requirir reaxustes ao longo do ano académico promovidos pola dinámica da clase e do grupo de destinatarios real ou pola relevancia das situacións que puideran xurdir. Así mesmo, apórtaselle ao alumnado a información e pautas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Sistemas de información para el control de gestión**

Asignatura	Sistemas de información para el control de gestión			
Código	O04G390V01702			
Titulación	Grado en Consultoría y Gestión de la Información			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Sánchez Fernández, Patricio			
Profesorado	Sánchez Fernández, Patricio			
Correo-e	patricio@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Materia se pretende que el alumnado adquiera conocimientos sobre los sistemas de información para el control de gestión empresarial.			

Competencias de titulación

Código	
A4	1.3 Los principios y capacidades de las TIC y su aplicación en la práctica profesional. (QAA)
A14	2.4 Configurar modelos y sistemas capaces de reunir, almacenar, transmitir, procesar y recuperar información digital de manera fiable y eficiente, que permita valorar la situación actual y la evolución futura de la empresa.
A15	2.5 Habilidad para utilizar un amplio rango de sistemas, fuentes de información y herramientas de comunicación o de colaboración electrónicas. (QAA)
A16	2.6 Integrar conocimientos y habilidades para elaborar un trabajo académico o profesional en el ámbito de los sistemas de información de la empresa, promoviendo el trabajo en entornos próximos a la realidad.
A18	3.1 Habilidad para identificar, acceder, evaluar y utilizar las distintas fuentes en diferentes contextos. (QAA)
A21	4.1 Comunicar de una manera clara, sistemática y concisa en un amplio rango de temáticas diferentes y ante distintas audiencias, empleando habilidades de comunicación tanto orales como escritas. (QAA)
B1	6.1 Habilidades directivas incluyendo gestión del tiempo, solución de problemas, toma de decisiones, y responsabilidad personal, iniciativa y liderazgo. (QAA)
B4	6.4 Motivación por la calidad y la mejora continua.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Materia se pretende que el alumnado adquiera conocimientos sobre los sistemas de información para el control de gestión empresarial.	A4	B1
	A14	B4
	A15	
	A16	
	A18	
	A21	

Contenidos

Tema	
Bases de datos para el control de gestión	* Referencias bibliograficas * Bases de datos on line
Nuevos elementos y herramientas que componen un sistema de Control de Gestión innovador	* Cuadro de Mando Integral * Indicadores de Gestión * Sistema Presupuestario
El Control de Gestión a través de los sistemas integrados	* Sistemas integrados de gestión
Síntesis e interpretación de la información obtenida	* Informes

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas en aulas de informática	35	0	35

Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	45	45
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	45	45
Prácticas autónomas a través de TIC	0	30	30
Sesión magistral	35	0	35
Pruebas de tipo test	2.5	0	2.5
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	32.5	32.5

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

Metodologías

	Descripción
Prácticas en aulas de informática	Prácticas en aulas de informática
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de problemas y/o ejercicios
Prácticas autónomas a través de TIC	Prácticas autónomas
Sesión magistral	Clases teóricas

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Atención personalizada al alumnado
Prácticas en aulas de informática	Atención personalizada al alumnado

Evaluación

	Descripción	Calificación
Pruebas de tipo test	Test	40
Resolución de problemas y/o ejercicios	Practica de laboratorio con el modulo del ERP	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

Evaluación continua:

- 1.- Realización de test de carácter teórico-práctico a lo largo del curso (40% de la nota).
- 2.- Desarrollo de ejercicios a lo largo del curso de carácter práctico (60% de la nota)

Los alumnos que no opten por la evaluación continua serán evaluados a través de un examen donde se compruebe la adquisición de las competencias señaladas para la materia.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Junta de Centro de la FCETOU para el curso 2013-2014

Fuentes de información

BOE número 160 de 5/7/2007, LEY 16/2007, de 4 de julio,,
 BOE núm 278, de 20 de noviembre de 2007, 'Real Decreto 1514/2007 , , ,
 Muñiz, Luis, **Cómo implantar un sistema de Control de Gestión en la práctica**, 2003,
 Pérez-Carballo Veiga, J. F., **Control de la Gestión empresarial. Texto y casos, 6ª edición.**, 2006,
 Sistema de análisis de balances ibéricos, **SABI**,
 Zona Franca de Vigo, **Directorio Ardán de empresas**,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Contabilidad financiera II/O04G390V01401
 Empresa: Contabilidad financiera I/O04G390V01301

DATOS IDENTIFICATIVOS**Xestión do coñecemento e innovación**

Asignatura	Xestión do coñecemento e innovación			
Código	O04G390V01703			
Titulación	Grao en Consultoría e Xestión da Información			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición	Galego			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Gueimonde Canto, Ana Isabel			
Profesorado	Gueimonde Canto, Ana Isabel			
Correo-e	agueimonde@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es/			

Descrición general As empresas desenvolven as súas actividades nunha contorna globalizada e, xa que logo, dinámica e complexa, que está en constante evolución e pola que flúen grandes cantidades de información. Para poder sobrevivir e progresar nesta contorna altamente competitiva, a innovación convértese nun elemento chave para a organización, independentemente da súa dimensión e do sector no que opere. A innovación non ten por que referirse, necesariamente, a grandes proxectos e logros, senón que pequenas modificacións en produtos, servizos, procesos ou organizativas ou comerciais poden representar unha importante vantaxe competitiva para a empresa. En calquera caso, resulta de vital importancia, sobre todo no caso das pequenas e medianas empresas, instaurar o espírito innovador na cultura da organización, de tal xeito que todos os axentes que a integran sexan conscientes de que se pode incrementar o seu potencial de innovación se se dedican suficientes recursos e capacidade directiva a xestionar un proceso ao que se ten que conferir natureza estratéxica.

Esta materia ten como obxectivo que o alumnado adquira os coñecementos, técnicas e destrezas necesarias para realizar unha correcta xestión empresarial da innovación, na que se consideren os procesos de innovación como procesos estratéxicos, así como para unha adecuada interacción e aproveitamento de sinerxías cos diferentes axentes do sistema de I+D+i e con outras organizacións.

Con esta materia preténdese capacitar ao alumnado para levar a cabo actividades relacionadas coa xestión da innovación e a tecnoloxía en calquera tipo de organización.

Competencias de titulación

Código	
A1	1. Posuír e comprender coñecementos acerca de:
A2	1.1 As organizacións empresariais e o seu ámbito, así como os sistemas de información que estas requiren e a interconexión que existe entre estes ámbitos.
A8	1.7 Os diferentes modelos de análise, xestión e control das organizacións, necesarios para interpretar de maneira coherente o deseño dos sistemas de información coa organización funcional da empresa.
A9	1.8 O crecemento e a importancia da economía dixital, así como as súas implicacións socioeconómicas nas tecnoloxías da información, o comercio electrónico e o comportamento do consumidor.
A10	2. Aplicar os coñecementos adquiridos a futuras situacións profesionais e desenvolver competencias relacionadas coa elaboración e defensa de argumentos e resolución de problemas dentro da súa área de estudo.
A11	2.1 Exercer un papel de intermediación entre as áreas funcionais dunha organización e as tecnolóxicas ao servizo da información.
A12	2.2 Analizar, identificar, dar apoio e resolver problemas en materia organizativa y de xestión empresarial, especialmente nas situacións complexas relativas ás organizacións empresariais.
A17	3. Ter a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.
A18	3.1 Habilidade para identificar, acceder, avaliar e utilizar as distintas fontes en diferentes contextos. (QAA)
A19	3.2 Competencias cognitivas de pensamento crítico, análise e síntese, incluíndo a habilidade para relacionar e ordenar datos, ideas e teorías nun argumento ben estruturado especialmente nos aspectos organizativos e concernentes á xestión da información e as súas tecnoloxías, coa finalidade de xogar un papel relevante na mellora da calidade da organización. (QAA)
A21	4.1 Comunicar dunha maneira clara, sistemática e concisa nun amplo rango de temáticas diferentes e ante distintas audiencias, empregando habilidades de comunicación tanto orais como escritas. (QAA)
A24	4.4 Integrar coñecementos e habilidades para elaborar e emitir informes de asesoramento sobre situacións concretas de empresa, promovendo o traballo en ámbitos próximos á realidade.

A26	5. Ter desenvolvido aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía.
A27	5.1 Capacidade para adaptarse a situacións novas e a novos coñecementos traballando autonomamente e con espírito de superación.
A28	5.2 Coñecementos do seu contexto profesional e ético, dos requirimentos e mecanismos para continuar co desenvolvemento profesional e a aprendizaxe ao longo da vida. (QAA)
B1	6.1 Habilidades directivas incluíndo xestión do tempo, solución de problemas, toma de decisións, e responsabilidade persoal, iniciativa e liderado. (QAA)
B2	6.2 Creatividade, iniciativa e sensibilidade cara aos temas sociais e ambientais.
B4	6.4 Motivación pola calidade e a mellora continua.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Posuír e comprender coñecementos sobre o proceso de xestión da innovación nunha empresa.	A1	
Posuír e comprender coñecementos sobre a relación entre a empresa e o sistema de innovación no que se insire.	A2	A8
Posuír e comprender coñecementos sobre as distintas ferramentas e métodos útiles para a xestión da innovación.	A9	
Aplicar os coñecementos adquiridos á implantación de planes de innovación en empresas.	A10	
Identificar os problemas de xestión da innovación que se suscitan nas empresas, e saber utilizar os principais instrumentos existentes para a súa resolución.	A11	A12
Ter a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre o estado da innovación nun sector, empresa ou innosistema.	A17	A18
Habilidades na procura, identificación e interpretación de fontes de información relevante para a análise e a prospectiva tecnolóxica.	A19	
Emitir informes de diagnose tecnolóxica.		
Poder transmitir ideas, información e comunicar con fluidez o sentido e necesidade das accións no ámbito da xestión da innovación.	A21	B1
	A24	B2
Comportarse con responsabilidade, honestidade, colaboración e ética na realización de informes e no traballo en grupo.	A26	B4
	A27	
	A28	

Contidos

Tema	
TEMA 1. CONTEXTO ECONÓMICO DA INNOVACIÓN NA ACTUALIDADE	1. Concepto de innovación. Investigación e Desenvolvemento (I+D) vs. Innovación vs. Innovación tecnolóxica 2. Innovación, crecemento económico e competitividade. 3. Medición da innovación.
TEMA 2. A INNOVACIÓN E A TECNOLOXÍA	1. Tipoloxías de innovación. 2. Definición de tecnoloxía. 3. O ciclo de vida da tecnoloxía. 4. Tipoloxías de tecnoloxía.
TEMA 3. O PROCESO DE INNOVACIÓN TECNOLÓXICA	1. A orixe da innovación tecnolóxica: □market pull□ - □technology push□ 2. Compoñentes do proceso de innovación tecnolóxica: invento-innovación-difusión tecnolóxica. 3. Modelos.
TEMA 4. METODOS E FERRAMENTAS PARA A XESTIÓN DA INNOVACIÓN	1. Estratexia de innovación e estratexia tecnolóxica. 2. Vixilancia tecnolóxica e intelixencia competitiva. 3. Xestión do coñecemento. 4. Avaliación da competitividade e inventario. 5. Incremento do patrimonio tecnolóxico. 6. A protección das innovacións. 7. Introducción ás normas de xestión da I+D+i.
TEMA 5. OS SISTEMA DE INNOVACIÓN	1. Os sistemas de innovación e os seus axentes. 2. Políticas públicas de apoio á innovación.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión maxistral	25	32.5	57.5
Traballos de aula	20	24	44
Estudo de casos/análises de situacións	0	42.5	42.5
Presentacións/exposicións	2	2	4
Probas de resposta curta	2	0	2

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

Metodoloxía docente	
	Descrición
Sesión maxistral	Introduciranse os contidos fundamentais da materia mediante clase maxistral, apoiada con transparencias, vídeos e outros medios.
Traballos de aula	- Formularanse cuestións de razoamento e debate, a fin de fomentar a participación do alumnado na aula e o seguimento da información da actualidade empresarial no ámbito da innovación. - Analizaranse casos prácticos relacionados co temario que, ademais de axudar á súa comprensión, permitan mellorar a capacidade de expresión, análise e reflexión sobre a realidade da innovación dentro da empresa. - Proporanse lecturas complementarias para ilustrar e ampliar os temas tratados en clase. Pedirase ao alumnado a realización de pequenos traballos de síntese e crítica de ditas lecturas, para favorecer as súas capacidades analítica e crítica, de expresión escrita e de estruturación e síntese da información.
Estudo de casos/análises de situacións	O alumnado elaborará un traballo sobre unha innovación, titorizado pola profesora. Alén de procurar a aplicación dos conceptos tratados en aulas a unha concreta innovación, con este traballo procúrase a mellora das capacidades de expresión escrita e busca e manexo da información.
Presentacións/exposicións	O alumnado deberá realizar, a final de curso, unha exposición pública do traballo desenvolvido sobre unha innovación. Con esta exposición procúrase a mellora das capacidades de expresión oral, comunicativa, fluidez na presentación, de convicción e de utilización e aproveitamento de medios técnicos.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballos de aula	Supervisión e atención ao proceso de adquisición das competencias da materia polo estudantado.
Estudo de casos/análises de situacións	Supervisión e atención ao proceso de adquisición das competencias da materia polo estudantado.
Presentacións/exposicións	Supervisión e atención ao proceso de adquisición das competencias da materia polo estudantado.

Avaliación		
	Descrición	Calificación
Traballos de aula	Avaliación de actividades dirixidas (traballos, exercicios, casos, etc.)	40
Estudo de casos/análises de situacións	Avaliación do traballo de curso sobre unha innovación.	30
Probas de resposta curta	Exame a celebrar a final de curso, na data oficial establecida polo centro.	30

Otros comentarios sobre la Evaluación

O conxunto de criterios de avaliación arriba exposto constitúe o sistema de avaliación continua para a convocatoria de xaneiro.

Para superar a avaliación continua é obrigatoria a realización do 100% dos traballos e probas a realizar na materia. Ademais é preciso obter como mínimo un 5 sobre 10 en cada un dos traballos e probas.

Segunda convocatoria (xullo):

Alternativa a) Exame global dos contidos da materia no mes de xullo. A cualificación do exame será o 100% da nota.

Alternativa b) Só para os estudantes que teñan seguido a avaliación continua e non teñan superado algún dos traballos ou probas: os traballos e probas suspendidos poderanse recuperar na data oficial de xullo establecida para a avaliación da materia.

Estrutura das probas ou exames

Tanto a proba incluída no sistema de avaliación continua como o exame global de xullo, terán a seguinte estrutura:

- Unha primeira parte de cuestións relativas a conceptos básicos da materia. Será necesario obter unha nota mínima nesta parte da proba para poder realizar a seguinte parte.
- Unha segunda parte consistente en cuestións de relacionamento ou casos prácticos.

Esta Guía docente anticipa as liñas de actuación que se deben levar a cabo co alumnado na materia e concíbese de forma flexible. En consecuencia, podéñse requirir reaxustes ao longo do curso académico promovidos pola dinámica do curso e/ou do grupo de destinatarios real ou pola relevancia das situacións que puidesen xurdir. Achegaráselle ao alumnado a información e as pautas concretas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo.

As datas e horarios das probas de avaliación foron aprobadas por Xunta de Facultade e están disponibles na web da Facultade, en Docencia/Exames

Observación importante:

Calquera evidencia de probas ou traballos plaxiados ou copiados suporá unha cualificación de suspenso nas dúas convocatorias.

Bibliografía. Fontes de información

FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, E., **Estrategia de innovación**, 2005,

HIDALGO NUCHERA, A.; LEÓN SERRANO, G. e PAVÓN MOROTE, J., **La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones**, 2002,

MORCILLO ORTEGA, P., **Cultura e innovación empresarial**, 2007,

<http://cotec.es/index.php/pagina/publicaciones/buscar-por-temas>,

Recomendacións

Asignaturas que continúan el temario

Xestión de proxectos/O04G390V01808

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Habilidades sociais e técnicas de grupo/O04G390V01304

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Tecnologías de comercio electrónico				
Asignatura	Tecnologías de comercio electrónico			
Código	O04G390V01802			
Titulación	Grado en Consultoría y Gestión de la Información			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Informática			
Coordinador/a	Barreiro Alonso, Enrique			
Profesorado	Barreiro Alonso, Enrique López Fernández, Hugo			
Correo-e	enrique@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Asignatura optativa del cuarto curso del grado en Consultoría y Gestión de la Información.			

Competencias de titulación	
Código	
A4	1.3 Los principios y capacidades de las TIC y su aplicación en la práctica profesional. (QAA)
A9	1.8 El crecimiento y la importancia de la economía digital, así como sus implicaciones socioeconómicas en las tecnologías de la información, el comercio electrónico y el comportamiento del consumidor.
A11	2.1 Ejercer un papel de intermediación entre las áreas funcionales de una organización y las tecnológicas al servicio de la información.
A13	2.3 Proponer, analizar, validar y mantener soluciones informáticas en el contexto de una organización empresarial.
A15	2.5 Habilidad para utilizar un amplio rango de sistemas, fuentes de información y herramientas de comunicación o de colaboración electrónicas. (QAA)
A19	3.2 Competencias cognitivas de pensamiento crítico, análisis y síntesis, incluyendo la habilidad para relacionar y ordenar datos, ideas y teorías en un argumento bien estructurado especialmente en los aspectos organizativos y concernientes a la gestión de la información y sus tecnologías, con la finalidad de jugar un papel relevante en la mejora de la calidad de la organización. (QAA)
A27	5.1 Capacidad para adaptarse a situaciones nuevas y a nuevos conocimientos trabajando autónomamente y con espíritu de superación.
B4	6.4 Motivación por la calidad y la mejora continua.

Competencias de materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Poseer y comprender conocimientos acerca de los principios y capacidades y su aplicación en la práctica profesional	A4
Poseer y comprender conocimientos acerca del crecimiento y la importancia de la economía digital, así como sus implicaciones socioeconómicas en las tecnologías de la información, el comercio electrónico y el comportamiento del consumidor.	A9
Ejercer un papel de intermediación entre las áreas funcionales de una organización y las tecnológicas al servicio de la información.	A11
Proponer, analizar, validar y mantener soluciones informáticas en el contexto de una organización empresarial.	A13
Habilidad para utilizar un amplio rango de sistemas, fuentes de información y herramientas de comunicación o de colaboración electrónicas.	A15
Competencias cognitivas de pensamiento crítico, análisis y síntesis, incluyendo la habilidad para relacionar y ordenar datos, ideas y teorías en un argumento bien estructurado especialmente en los aspectos organizativos y concernientes a la gestión de la información y sus tecnologías, con la finalidad de jugar un papel relevante en la mejora de la calidad de la organización.	A19
Capacidad para adaptarse a situaciones nuevas y a nuevos conocimientos trabajando autónomamente y con espíritu de superación.	A27
Motivación por la calidad y la mejora continua.	B4

Contenidos
Tema

BLOQUE I - INTRODUCCIÓN	TEMA 1 - Introducción al comercio electrónico TEMA 2 - Modelos de negocio en el comercio electrónico
BLOQUE II - INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA	TEMA 3 - Infraestructura del comercio electrónico TEMA 4 - Construcción de un sitio de comercio electrónico TEMA 5 - Seguridad online y sistemas de pago
BLOQUE III - EL NEGOCIO ONLINE	TEMA 6 - Tecnologías para el marketing en el comercio electrónico TEMA 7 - Aspectos éticos, sociales y políticos
BLOQUE IV - EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA PRÁCTICA	TEMA 8 - Servicios y venta al por menor TEMA 9 - Contenidos online TEMA 10 - Redes sociales y subastas online TEMA 11 - Comercio B2B y gestión de la cadena de suministro
PRÁCTICAS DE LABORATORIO	- Diseño, instalación y administración de una tienda online - Tecnologías para campañas online (AdWords) - Herramientas de análisis de datos en el comercio electrónico (Google Analytics)

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas de laboratorio	22	60	82
Sesión magistral	15	46	61
Pruebas de respuesta corta	3	0	3
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	4	0	4

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

Metodologías

	Descripción
Prácticas de laboratorio	Utilización de sistemas de comercio electrónico: tiendas online, herramientas de campañas de marketing e de análisis de datos de sitios web.
Sesión magistral	Clase magistral participativa. Solución de problemas. Presentación oral. Aprendizaje colaborativo. Pruebas objetivas.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Atención a las necesidades y consultas del alumnado relacionadas con el estudio y/o temas vinculados con la materia, proporcionándole orientación, apoyo y motivación en el proceso de aprendizaje. Esta actividad se puede desarrollar de forma presencial (directamente en el aula y en los momentos que el profesor tiene asignados a tutorías de despacho) o de forma presencial (a través del correo electrónico o de la plataforma de e-learning).
Prácticas de laboratorio	Atención a las necesidades y consultas del alumnado relacionadas con el estudio y/o temas vinculados con la materia, proporcionándole orientación, apoyo y motivación en el proceso de aprendizaje. Esta actividad se puede desarrollar de forma presencial (directamente en el aula y en los momentos que el profesor tiene asignados a tutorías de despacho) o de forma presencial (a través del correo electrónico o de la plataforma de e-learning).

Evaluación

	Descripción	Calificación
Pruebas de respuesta corta	Examen teórico que recogerá los contenidos correspondientes a la materia impartida. Habrá varios exámenes parciales liberatorios y un examen final. Para poder aprobar la materia se podrá exigir una nota mínima (nunca superior al 5) en esta parte.	40
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Prueba en la que se abordará la capacidad de utilización de las diferentes herramientas utilizadas durante el curso. Habrá varios exámenes parciales liberatorios y un examen final. Para poder aprobar la materia se podrá exigir una nota mínima (nunca superior al 5) en esta parte.	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se podrán tener en cuenta otros mecanismos de evaluación para complementar y mejorar la calificación del alumnado:
- Asistencia regular a clases- Participación en clases de teoría y prácticas- Realización de ejercicios y/o trabajos

SEGUNDO PERIODO DE EVALUACIÓN

Se utilizarán las mismas metodologías que en el primer periodo.

Fuentes de información

Kenneth C. Laudon, C. G. Traver, **E-commerce 2013**,

Brian Clifton, **Advanced web metrics with Google Analytics**, 2012,

Andrew Goodman, **Google AdWords : cómo ejecutar campañas rentables en línea**,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Planificación y administración de tecnologías de la información/O04G390V01402

Sociedad de la información/O04G390V01405

Sistemas de soporte al negocio electrónico/O04G390V01502

DATOS IDENTIFICATIVOS**Mercadotecnia relacional en s-business**

Asignatura	Mercadotecnia relacional en s-business			
Código	O04G390V01803			
Titulación	Grao en Consultoría e Xestión da Información			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Galego			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Domínguez Vila, Trinidad			
Profesorado	Domínguez Vila, Trinidad			
Correo-e	trinidad@uvigo.es			
Web				
Descrición general	A asignatura vai enfocada a poder coñecer e entender ao cliente para lograr a súa fidelización mediante diferentes técnicas de marketing a través de internet.			

Competencias de titulación

Código	
A3	1.2 Os conceptos, principios e técnicas de xestión que existen nos aspectos claves da planificación, a xestión e o liderado e a súa aplicación nas empresas. (QAA).
A4	1.3 Os principios e capacidades das TIC e a súa aplicación na práctica profesional. (QAA)
A6	1.5 Os métodos de investigación cualitativos e cuantitativos, a súa aplicación e utilidade nun contexto práctico e de políticas baseadas en evidencias. (QAA)
A8	1.7 Os diferentes modelos de análise, xestión e control das organizacións, necesarios para interpretar de maneira coherente o deseño dos sistemas de información coa organización funcional da empresa.
A9	1.8 O crecemento e a importancia da economía dixital, así como as súas implicacións socioeconómicas nas tecnoloxías da información, o comercio electrónico e o comportamento do consumidor.
A10	2. Aplicar os coñecementos adquiridos a futuras situacións profesionais e desenvolver competencias relacionadas coa elaboración e defensa de argumentos e resolución de problemas dentro da súa área de estudo.
A15	2.5 Habilidade para utilizar un amplo rango de sistemas, fontes de información y ferramentas de comunicación ou de colaboración electrónicas. (QAA)
A16	2.6 Integrar coñecementos e habilidades para elaborar un traballo académico ou profesional no ámbito dos sistemas de información da empresa, promovendo o traballo en ámbitos próximos á realidade.
A17	3. Ter a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.
A18	3.1 Habilidade para identificar, acceder, avaliar e utilizar as distintas fontes en diferentes contextos. (QAA)
A19	3.2 Competencias cognitivas de pensamento crítico, análise e síntese, incluíndo a habilidade para relacionar e ordenar datos, ideas e teorías nun argumento ben estruturado especialmente nos aspectos organizativos e concernentes á xestión da información e as súas tecnoloxías, coa finalidade de xogar un papel relevante na mellora da calidade da organización. (QAA)
A20	4 Poder transmitir ideas, información, problemas e situacións ao público tanto especializado como non especializado.
A21	4.1 Comunicar dunha maneira clara, sistemática e concisa nun amplo rango de temáticas diferentes e ante distintas audiencias, empregando habilidades de comunicación tanto orais como escritas. (QAA)
A22	4.2 Interaccionar e negociar eficientemente e imparcialmente con individuos e grupos en varios contextos, incluíndo o servizo ao cliente, contacto con provedores e traballo en equipo. (QAA)
A23	4.3 Capacidade de traballar en contextos internacionais e/ou en medios diversos e multiculturalais, valorando o compromiso ético no exercicio profesional.
A24	4.4 Integrar coñecementos e habilidades para elaborar e emitir informes de asesoramento sobre situacións concretas de empresa, promovendo o traballo en ámbitos próximos á realidade.
A26	5. Ter desenvolvido aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía.
A28	5.2 Coñecementos do seu contexto profesional e ético, dos requirimentos e mecanismos para continuar co desenvolvemento profesional e a aprendizaxe ao longo da vida. (QAA)
B1	6.1 Habilidades directivas incluíndo xestión do tempo, solución de problemas, toma de decisións, e responsabilidade persoal, iniciativa e liderado. (QAA)
B2	6.2 Creatividade, iniciativa e sensibilidade cara aos temas sociais e ambientais.
B3	6.3 Principios éticos no exercicio profesional e, especialmente, na relación co tratamento da información privada no ámbito empresarial.
B4	6.4 Motivación pola calidade e a mellora continua.

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Establecer e interiorizar os coñecementos vinculados a deseñar e implementar a relación cos clientes empregando diferentes ferramentas de marketing a través de Internet.	A4 A6 A8 A9 A26	B1
Deseñar e executar plans e programas de marketing relacional on-line de forma eficiente e ética.	A3 A6 A8 A10 A15 A17 A18 A19 A20 A21 A23 A24 A28	B1 B3
Implementar as habilidades vinculadas ás novas tecnoloxías, programas de deseño e ferramentas de creatividade que permitan implementar ou crear novas técnicas de marketing relacional interactivo, co obxectivo de fidelización.	A15 A16 A17 A18 A19 A20 A21 A22 A24	B1 B2 B4

Contidos

Tema	
TEMA 1: MARKETING RELACIONAL. FIDELIZANDO AOS CLIENTES	TEMA 1: MARKETING RELACIONAL. FIDELIZANDO AOS CLIENTES
TEMA 2: AS BASES DO MARKETING RELACIONAL	TEMA 2: AS BASES DO MARKETING RELACIONAL
TEMA 3: MARKETING RELACIONAL: OFF-LINE OU ON-LINE?	TEMA 3: MARKETING RELACIONAL: OFF-LINE OU ON-LINE?
TEMA 4: CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT	TEMA 4: CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
TEMA 5: O MARKETING EXPERIENCIAL E A SÚA APLICACIÓN	TEMA 5: O MARKETING EXPERIENCIAL E A SÚA APLICACIÓN

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión maxistral	20	5	25
Estudo de casos/análises de situacións	5	15	20
Foros de discusión	1	10	11
Metodoloxías integradas	10	20	30
Prácticas autónomas a través de TIC	4	20	24
Traballos e proxectos	4	15	19
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	1	20	21

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Exposición por parte do docente dos contidos vinculados á asignatura, así como a realización de exercicios, problemas ou traballos a executar polo alumnado en relación á materia a desenvolver.
Estudo de casos/análises de situacións	Estudo de diferentes casos de actualidade para a aplicación e desenvolvemento de técnicas de investigación e programas informáticos vinculados.
Foros de discusión	Espazos virtuais e presencias para o debate e intercambio de ideas sobre os proxectos e traballos presentados polo alumnado.

Metodoloxías integradas Deseño dun soporte tecnolóxico, (probablemente unha wiki), a través da que se desenvolverá parte da asignatura grazas a participación de todo o alumnado baixo a coordinación do docente. Será o soporte de todo o material teórico e práctico elaborado polo alumnado e a plataforma para os foros de discusión.

Prácticas autónomas a través de TIC Desenvolvemento de actividades individuais e grupais a través de Internet.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Metodoloxías integradas	A través de diferentes soportes on-line, xunto co apoio presencial, o alumnado terá tempo para poder deseñar, realizar as actividades e desenvolver os diferentes programas on line ca axuda do docente.

Avaliación

	Descrición	Calificación
Estudo de casos/análises de situacións	Estudo e análise de determinados casos para que o alumnado realice e propoña programas e accións de mk relacional on line.	20
Foros de discusión	Espazo onde todo o alumnado terá acceso aos traballos e contribucións de toda a clase e sobre os que realizarán correccións, aportacións ou críticas.	5
Prácticas autónomas a través de TIC	Desenvolvemento de traballos vinculados á asignatura a través das redes ou programas específicos.	10
Traballos e proxectos	Presentación e defensa dos diferentes traballos executados ao longo do curso, así como dun programa de marketing relacional en s-business	35
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	Proba para avaliar o coñecemento teórico - práctico por parte do alumnado en relación á materia.	30

Otros comentarios sobre la Evaluación

A avaliación establecida anteriormente é para o alumnado que opte por realizar AVALIACIÓN CONTINUA. A nota que obteñan das probas gardarase para a convocatoria do mesmo ano académico. Para realizar media co resto de notas, deberase acadar o 50% NA PROBA DE RESPOSTA CURTA.

Para o alumnado que opte por NON REALIZAR AVALIACIÓN CONTINUA, deberá presentarse con todo o material na data oficial da proba establecida no calendario escolar do cuadrimestre. A proba será de carácter teórico-práctico.

NOTA: As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso 2013-2014

Bibliografía. Fontes de información

Barquero, J.D., Rodríguez, C., Barquero, M. e Huertas, F., **Marketing de clientes**, McGraw Hill, Madrid,
Barroso, C. e Martín, E., **Marketing Relacional**, ESIC, Madrid,
Burgos, E. e Cortés, M., **Iníciate en el marketing 2.0**, Netbiblo, A Coruña,
Chiesa, C., **CRM. Las cinco pirámides del marketing relacional**, Deusto, Barcelona,
Peppers, D., **Managing customer relationships : a strategic framework**, Hoboken : John Wiley & Sons, cop.,
Sheth, J.N. e Parvatiyar,, **Handbook of relationship marketing**, Thousand Oaks : Sage Publications,

Recomendacións

Asignaturas que continúan el temario

Internet mercadotecnia/O04G390V01603

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Investigación de mercados/O04G390V01701

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Sociedade da información/O04G390V01405

Métodos e técnicas para o desenvolvemento de sistemas de información/O04G390V01601

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa as liñas de actuación que se deben levar a cabo co alumnado na materia e concíbese de forma flexible. En consecuencia, pode requirir reaxustes ao longo do ano académico promovidos pola dinámica da clase e do grupo de destinatarios real ou pola relevancia das situacións que puideran xurdir. Así mesmo, apórtaselle ao alumnado a información e pautas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comunicación comercial multimedia				
Asignatura	Comunicación comercial multimedia			
Código	O04G390V01805			
Titulación	Grado en Consultoría y Gestión de la Información			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Diaz-Becerra Martinez, Ana Maria			
Profesorado	Diaz-Becerra Martinez, Ana Maria			
Correo-e	anadiazbm@gmail.com			
Web				
Descripción general	<p>Internet ofrece un gran abanico de posibilidades en su utilización como medio o soporte para las comunicaciones de marketing. El proceso de comunicación en internet así como las características de las comunicaciones tales como telepresencia, hipertexto, multimedia, navegación en red e interactividad, repercuten en las herramientas tradicionales de comunicación (Publicidad, Relaciones Públicas, Patrocinio, Mk directo e interactivo, Fuerza de Ventas, Promociones de Ventas, etc) siendo ahora en línea.</p> <p>Las nuevas tecnologías de la comunicación y la información generan nuevos sistemas de comunicación tales como las redes sociales virtuales y los blogs, además del mobile marketing, la televisión interactiva y los videojuegos que tendrán una gran repercusión en las estrategias publicitarias con el desarrollo de nuevos formatos.</p>			

Competencias de titulación	
Código	
A3	1.2 Los conceptos, principios y técnicas de gestión que subyacen en los aspectos claves de la planificación, la gestión y el liderazgo y su aplicación en las empresas. (QAA).
A5	1.4 El marco legal y regulatorio dentro del cual los profesionales de la información operan, incluyendo las leyes relacionadas con la libertad de información, protección de datos, difamación, copyright, patentes y otras propiedades intelectuales. (QAA)
A9	1.8 El crecimiento y la importancia de la economía digital, así como sus implicaciones socioeconómicas en las tecnologías de la información, el comercio electrónico y el comportamiento del consumidor.
A10	2. Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio.
A12	2.2 Analizar, identificar, dar apoyo y resolver problemas en materia organizativa y de gestión empresarial, especialmente en las situaciones complejas relativas a las organizaciones empresariales.
A13	2.3 Proponer, analizar, validar y mantener soluciones informáticas en el contexto de una organización empresarial.
A15	2.5 Habilidad para utilizar un amplio rango de sistemas, fuentes de información y herramientas de comunicación o de colaboración electrónicas. (QAA)
A16	2.6 Integrar conocimientos y habilidades para elaborar un trabajo académico o profesional en el ámbito de los sistemas de información de la empresa, promoviendo el trabajo en entornos próximos a la realidad.
A19	3.2 Competencias cognitivas de pensamiento crítico, análisis y síntesis, incluyendo la habilidad para relacionar y ordenar datos, ideas y teorías en un argumento bien estructurado especialmente en los aspectos organizativos y concernientes a la gestión de la información y sus tecnologías, con la finalidad de jugar un papel relevante en la mejora de la calidad de la organización. (QAA)
A20	4 Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado.

Competencias de materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
1. Conocer el nuevo escenario en el que se mueve el mundo del marketing en internet y la evolución que ha llevado a cabo.	A9
2. Diseñar y comprender un Plan de Comunicación de grandes empresas	A3
3. Saber qué es un Community Manager, cuáles son sus principales tareas; actitudes y aptitudes.	A3
4. Diseñar y manejar un Social Media Plan.	A10
5. Trabajar en la creación y gestión de una comunidad. Conocer los errores más frecuentes para no caer en ellos.	A12
6. Conocer cómo activar el diálogo y realizar una correcta publicación de contenidos.	A20
7. Ser capaces de crear un blog y de diseñar un perfil en Facebook. Implantar estrategias para potenciar el entorno corporativo.	A13

8. Evaluar los beneficios que aporta una cuenta de twitter para una campaña de marketing.	A19
9. Conocer el posicionamiento web y el posicionamiento social.	A16
10. Manejar el proceso y las herramientas necesarias para llevar a cabo la monitorización y medición de datos	A15
11. Conocer los parámetros de ética y legalidad con que debería actuar un usuario de internet.	A5

Contenidos

Tema	
1. El futuro eminentemente social	1.1. Web 3.0. 1.2. Establecimiento del Social Commerce 1.3. Avances en Geomarketing.
2. El Social Media Plan	2.1. Definición. 2.2. Elaboración del Social Media Plan (SMP).
3. La profesión de Community Manager	3.1. Perfil profesional. 3.2. Funciones. 3.3. Aptitudes y actitudes. 3.4. Responsabilidad del Community Manager.
4. Comunidad, conversación, contenido y publicidad	4.1. Conceptos para desarrollar una comunidad. 4.2. Publicidad y contenido. 4.3. Contenido y conversación. 4.4. La importancia del marketing de contenidos.
5. Plataformas: el Blog	5.1. El blog como estrategia para alcanzar los objetivos. 5.2. Principales beneficios de un blog. 5.3. El blog "profesional".
6. Plataformas: Facebook	6.1. El "fenómeno social" y sus beneficios. 6.2. Facebook y marketing. 6.3. Tipos de cuentas. 6.4. Perfil profesional o perfil de Community Manager. 6.5. La página Fans como estrategia.
7. Plataformas: twitter	7.1. Twitter y la comunicación bidireccional. 7.2. Beneficios que aporta a una campaña. 7.3. Definir la estrategia. 7.4. Configurar y personalizar el perfil. 7.5. Campañas directas y su estrategia.
8. Otras plataformas sociales	8.1. Google+ 8.2. Flickr. 8.3. You Tube. 8.4. LinkedIn. 8.5. Foursquare. 8.6. Quora. 8.7. Pinterest.
9. Control y evaluación de resultados	9.1. Posicionamiento natural, SEO. 9.2. Posicionamiento social, SMO. 9.3. Analítica Web. 9.4. Medir resultados cuantitativos y cualitativos. 9.5. El ROI.
10. Monitorización y analítica	10.1. El proceso de monitorización. 10.2. Herramientas profesionales de monitorización.
11. Contenido adecuado y legal	11.1. Propiedad intelectual. 11.2. El fenómeno de la documentación libre. 11.3. Social Media y legalidad. 11.4. Copyleft Vs Copyright. 11.5 Creative Commons. 11.6. Decálogo de buenas maneras del Community Manager.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	23	0	23
Resolución de problemas y/o ejercicios	22	0	22
Trabajos y proyectos	0	33	33
Pruebas de respuesta corta	2	42	44
Estudio de casos/análisis de situaciones	0	28	28

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición oral y detallada del contenido del programa docente por parte del profesor
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución por parte de los estudiantes de los problemas y/o ejercicios planteados por el profesor.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Tutorías personales y virtuales, a las que tienen acceso los estudiantes para resolver sus dudas, y en concreto: - resolución de los problemas que hayan tenido en la solución de los casos prácticos. - Guiar en la elaboración de los proyectos y trabajos que se planteen a lo largo del curso. - Ayuda personalizada en el planteamiento y análisis de situaciones que se propongan en el curso.
Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	Tutorías personales y virtuales, a las que tienen acceso los estudiantes para resolver sus dudas, y en concreto: - resolución de los problemas que hayan tenido en la solución de los casos prácticos. - Guiar en la elaboración de los proyectos y trabajos que se planteen a lo largo del curso. - Ayuda personalizada en el planteamiento y análisis de situaciones que se propongan en el curso.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Tutorías personales y virtuales, a las que tienen acceso los estudiantes para resolver sus dudas, y en concreto: - resolución de los problemas que hayan tenido en la solución de los casos prácticos. - Guiar en la elaboración de los proyectos y trabajos que se planteen a lo largo del curso. - Ayuda personalizada en el planteamiento y análisis de situaciones que se propongan en el curso.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Asistencia a clase	10
Trabajos y proyectos	Trabajos individuales presentados por el estudiante	15
Pruebas de respuesta corta	Pruebas presenciales, con preguntas de respuesta corta	60
Estudio de casos/análisis de situaciones	Resolución de casos por parte del estudiante	15

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumnado que no opten por la evaluación continua será evaluado a través de un examen donde se compruebe la adquisición de las competencias señaladas para la materia.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Junta de Centro para TOU para el curso 2013- 2014.

Fuentes de información

- Óscar Rodríguez Fernández (2012): " Curso de Community Manager". Ediciones Anaya. Madrid.
- Óscar Rodríguez Fernández (2012): "Conviértete en experto en Social Media. Community Manager". Ediciones Anaya. Madrid.
- Julián Marquina- Arenas (2012): " Plan Social Media y Community Manager". Editorial UOC.

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Mercados financeiros: Operativa electrónica**

Asignatura	Mercados financeiros: Operativa electrónica			
Código	O04G390V01806			
Titulación	Grao en Consultoría e Xestión da Información			
Descritores	Creditos ECTS 6	Seleccione OP	Curso 4	Cuatrimestre 2c
Lengua Impartición	Castelán			
Departamento	Economía financeira e contabilidade			
Coordinador/a	Beltrán Varandela, José Luís			
Profesorado	Beltrán Varandela, José Luís			
Correo-e	jlbeltan@uvigo.es			
Web				
Descrición general	(*)El objetivo de esta materia es proporcionar a los alumnos, los conocimientos básicos y esenciales de la gestión de los recursos financieros tanto en lo referente a la valoración de los recursos financieros en general como en la toma de decisiones financieras, sean estas de inversión o de financiación			

Competencias de titulación

Código	
A5	1.4 O marco legal e regulamentario dentro do cal os profesionais da información operan, incluíndoas leis relacionadas coa liberdade de información, protección de datos, difamación, copyright, patentes e outras propiedades intelectuais. (QAA)
A7	1.6 Os distintos tipos de organizacións que producen, diseminan e almacenan información e o seu lugar na cadea da información. (QAA)
A13	2.3 Propoñer, analizar, validar e manter solucións informáticas no contexto dunha organización empresarial.
A14	2.4 Configurar modelos e sistemas capaces de reunir, almacenar, transmitir, procesar e recuperar información dixital de maneira fiable e eficiente, que permita valorar a situación actual e a evolución futura da empresa.
B1	6.1 Habilidades directivas incluíndo xestión do tempo, solución de problemas, toma de decisións, e responsabilidade persoal, iniciativa e liderado. (QAA)
B2	6.2 Creatividade, iniciativa e sensibilidade cara aos temas sociais e ambientais.
B4	6.4 Motivación pola calidade e a mellora continua.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
(*)Xestión da información financeira e *analítica da empresa turística	A5 A7
(*)*Evaluar alternativas de *planificación, dirección e control de empresas turísticas, así como saber tomar decisións estratéxicas	A14
(*)Capacidade de comunicación oral e escrita	A13
(*)Capacidade de traballo en equipo así como a nivel individual.	
(*)Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos	B1 B2
(*)Iniciativa empresarial	B4

Contidos

Tema	
(*)PARTE I. EL SISTEMA FINANCIERO: ASPECTOS GENERALES.	(*)1. El sistema financiero. 2. Activos financieros. 3. Instituciones financieras. 4. Mercados financieros.
(*)PARTE II. EL SISTEMA FINANCIERO ESPAÑOL: INTRODUCCION.	(*)5. Evolución y estructura del Sistema Financiero Español. 6. El Banco de España.

(*)PARTE III. INSTITUCIONES FINANCIERAS

(*)A) Bancarias

7. Componentes y regulación legal: creación, expansión y solvencia.
8. La inversión y los servicios prestados a la clientela.
9. Los resultados de las entidades bancarias.
10. Sistema bancario: situación actual y perspectivas futuras.

B) No bancarias.

11. Establecimientos financieros de crédito.
12. El Instituto de Crédito Oficial (ICO).
13. Entidades de seguros y fondos de pensiones.
14. Otros intermediarios financieros: sociedades de garantía recíproca, instituciones de inversión colectiva y sociedades y fondos de capital-riesgo.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas e/ou ejercicios	15	30	45
Tutoría en grupo	5	9	14
Sesión maxistral	30	57	87
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	2	0	2
Resolución de problemas e/ou ejercicios	2	0	2

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

Metodoloxía docente

	Descripción
Resolución de problemas e/ou ejercicios	Actividade na que se formulan problema e/ou ejercicios relacionados coa materia. O alumno debe desenvolver as solucións axeitadas ou correctas mediante a exercitación de rutinas, a aplicación de fórmulas ou algoritmos, a aplicación de procedementos de transformación da información dispoñible e a interpretación dos resultados. Adóitase empregar como complemento da lección maxistral
Tutoría en grupo	Entrevistas que o alumno mantén co profesorado da materia para asesoramento/desenvolvemento de actividades da materia e do proceso de aprendizaxe.
Sesión maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descripción
Resolución de problemas e/ou ejercicios	Actividade académica desenvolvida polo profesorado, individual ou en pequeno grupo, que ten como finalidade atender as necesidades e consultas do alumnado relacionadas co estudo e/ou temas vinculados coa materia, proporcionándolle orientación, apoio e motivación no proceso de aprendizaxe. Esta actividade pode desenvolverse de forma presencial (directamente na aula e nos momentos que o profesor ten asignados a tutorías de despacho) ou de forma non presencial (a través do correo electrónico ou do campus virtual).
Tutoría en grupo	Actividade académica desenvolvida polo profesorado, individual ou en pequeno grupo, que ten como finalidade atender as necesidades e consultas do alumnado relacionadas co estudo e/ou temas vinculados coa materia, proporcionándolle orientación, apoio e motivación no proceso de aprendizaxe. Esta actividade pode desenvolverse de forma presencial (directamente na aula e nos momentos que o profesor ten asignados a tutorías de despacho) ou de forma non presencial (a través do correo electrónico ou do campus virtual).

Avaliación

	Descripción	Calificación
Tutoría en grupo	(*)Avaliación da exposición da realización de forma autónoma ou en grupos de exercicios propostos *previamente ás sesións: 10%. Avaliación mediante a realización de *test sobre os contidos teóricos expostos nas sesións *magistrales: 20%. Nas probas esixírase un nivel mínimo para superalas.	30
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	(*)Probas para avaliación das competencias que inclúen preguntas abertas sobre un tema. Os alumnos deben desenvolver, relacionar, organizar e presentar os coñecementos que teñen sobre a materia nunha resposta extensa.	30

Resolución de problemas e/ou exercicios (*)Proba na que o alumno debe solucionar unha serie de problemas e/ou exercicios nun tempo/condicións establecido/as polo profesor. Deste xeito, o alumno debe aplicar os coñecementos que adquiriu.

40

Otros comentarios sobre la Evaluación

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso 2013-14.

Bibliografía. Fontes de información

PAREJO J.A.; CUERVO, A.; CALVO A.; RODRIGUEZ SAIZ, L, **Manual de Sistema Financiero Español.**, Ariel,
CASILDA BEJAR, R.; LAMOTHE FERNANDEZ, P.; MONJAS BARROSO, M, **La banca y los mercados financieros.**, Alianza
Universidad,

MARTIN, M.; MARTIN, J.L.; OLIVER, M D.; DE LA TORRE, A, **La operativa en los mercados financieros: casos prácticos.**,
Ariel Economía,

Recomendacións

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación para el desarrollo de la materia y se plantea con flexibilidad, por lo que puede darse el caso de que se apliquen ajustes a lo largo del curso académico

DATOS IDENTIFICATIVOS**Xestión de proxectos**

Asignatura	Xestión de proxectos			
Código	004G390V01808			
Titulación	Grao en Consultoría e Xestión da Información			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	González Cortes, Rafael			
Profesorado	González Cortes, Rafael			
Correo-e	ragon@uvigo.es			
Web				
Descrición general	(*)Materia centrada en el estudio pormenorizado de las estrategias, procesos y tecnicas de la creacion y direccion de empresas			

Competencias de titulación

Código	
A2	1.1 As organizacións empresariais e o seu ámbito, así como os sistemas de información que estas requiren e a interconexión que existe entre estes ámbitos.
A4	1.3 Os principios e capacidades das TIC e a súa aplicación na práctica profesional. (QAA)
A5	1.4 O marco legal e regulamentario dentro do cal os profesionais da información operan, incluíndoas leis relacionadas coa liberdade de información, protección de datos, difamación, copyright, patentes e outras propiedades intelectuais. (QAA)
A6	1.5 Os métodos de investigación cualitativos e cuantitativos, a súa aplicación e utilidade nun contexto práctico e de políticas baseadas en evidencias. (QAA)
A7	1.6 Os distintos tipos de organizacións que producen, diseminan e almacenan información e o seu lugar na cadea da información. (QAA)
A8	1.7 Os diferentes modelos de análise, xestión e control das organizacións, necesarios para interpretar de maneira coherente o deseño dos sistemas de información coa organización funcional da empresa.
A9	1.8 O crecemento e a importancia da economía dixital, así como as súas implicacións socioeconómicas nas tecnoloxías da información, o comercio electrónico e o comportamento do consumidor.
A10	2. Aplicar os coñecementos adquiridos a futuras situacións profesionais e desenvolver competencias relacionadas coa elaboración e defensa de argumentos e resolución de problemas dentro da súa área de estudo.
A11	2.1 Exercer un papel de intermediación entre as áreas funcionais dunha organización e as tecnolóxicas ao servizo da información.
A12	2.2 Analizar, identificar, dar apoio e resolver problemas en materia organizativa y de xestión empresarial, especialmente nas situacións complexas relativas ás organizacións empresariais.
A13	2.3 Propoñer, analizar, validar e manter solucións informáticas no contexto dunha organización empresarial.
A14	2.4 Configurar modelos e sistemas capaces de reunir, almacenar, transmitir, procesar e recuperar información dixital de maneira fiable e eficiente, que permita valorar a situación actual e a evolución futura da empresa.
A15	2.5 Habilidade para utilizar un amplo rango de sistemas, fontes de información y ferramentas de comunicación ou de colaboración electrónicas. (QAA)
A16	2.6 Integrar coñecementos e habilidades para elaborar un traballo académico ou profesional no ámbito dos sistemas de información da empresa, promovendo o traballo en ámbitos próximos á realidade.
B1	6.1 Habilidades directivas incluíndo xestión do tempo, solución de problemas, toma de decisións, e responsabilidade persoal, iniciativa e liderado. (QAA)
B2	6.2 Creatividade, iniciativa e sensibilidade cara aos temas sociais e ambientais.
B3	6.3 Principios éticos no exercicio profesional e, especialmente, na relación co tratamento da información privada no ámbito empresarial.
B4	6.4 Motivación pola calidade e a mellora continua.

Competencias de materia

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

(*)ddddddddd

A2
A4
A5
A6
A7
A8
A9
A10
A11
A12
A13
A14
A15
A16

B1
B2
B3
B4

(*)ddddddddd

B1
B2
B3
B4

(*)ddddddddd

B1
B2
B3
B4

Contidos

Tema

BLOQUE I: FUNDAMENTOS

Tema 1: La idea de crear una empresa
Tema 2: El empresario como factor de creación de empresas
Tema 3: La figura del emprendedor
Tema 4: La viabilidad de la empresa I : Generalidades
Tema 5: La viabilidad de la empresa II : Aspectos prácticos
Tema 6: El Plan Económico - Financiero

BLOQUE II: GESTION DE PROYECTOS.
EL PLAN DE EMPRESA en la práctica

Introduccion.
Definicion del proyecto de negocio.
El Equipo promotor.
Análisis y diagnostico de la situacion.
El Plan de Marketing.
El Plan Operativo.
El Plan de Recursos Humanos.
El Plan Económico - Financiero.
Análisis de Viabilidad del negocio.
El Plan Jurídico formal.
El Plan de Innovacion/Plan de calidad.

Conclusiones del Plan de empresa.
El Plan de implantacion.

BLOQUE III : CONCLUSIONES

Conclusiones

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas e/ou ejercicios	15	15	30
Presentacións/exposicións	2	4	6
Tutoría en grupo	2.5	5	7.5
Sesión maxistral	28	28	56
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	2	31	33
Traballos e proxectos	0.5	17	17.5

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

Metodoloxía docente

Descripción

Resolución de problemas e/ou ejercicios Actividades en las que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la materia. Se utilizan como complemento de la lección magistral.

Presentacións/exposicións Los alumnos deberán presentar los ejercicios y/o trabajos en clase que les proponga el profesor. También deberán realizar individualmente un Plan de empresa sobre una empresa de nueva creación, que tendrán que entregar y exponer el día del examen.

Titoría en grupo	Orientación, supervisión y atención al estudiante, en el proceso de adquisición de competencias de la materia
Sesión magistral	Explicación por parte del profesor de los contenidos básicos de la materia. Explicación de las directrices de trabajo, fuentes de información y pautas para desarrollar el trabajo de la materia. Se trata de suscitar en los alumnos el interés por la gestión de proyectos y más concretamente por la creación de empresas, como una posible alternativa empresarial. Para ello, tendrán que integrar los conocimientos adquiridos en otras asignaturas y aplicarlos a la creación de la propia empresa.

Atención personalizada

Metodologías Descripción

Tutoría en grupo	Tiempo reservado para orientar, supervisar, atender y resolver dudas del alumno en su proceso de adquisición de las competencias, en general, y en la realización de las actividades propuestas, en particular.
------------------	---

Avaliación

	Descripción	Calificación
Resolución de problemas e/ou ejercicios	Incluye la resolución de problemas, ejercicios y trabajos	5
Presentacións/exposicións	Incluye la presentación y exposición de los trabajos y proyectos	5
Pruebas de respuesta larga, de desenvolvemento	Incluye pruebas en las que se demuestre la adquisición de competencias de la materia	20
Trabajos e proxectos	Incluye la realización por parte del alumno de un Plan de Empresa, a propuesta del profesor, sobre una empresa de nueva creación.	70

Otros comentarios sobre la Evaluación

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso 2013-14.

Avaliación: Realizaranse probas nas que se demostre a adquisición de competencias da materia.

O conxunto de probas especificado arriba constitúe o sistema de avaliación continua. Para superar a avaliación continua será obrigatorio a realización dos traballos tutelados e de todas as probas citadas anteriormente.

Para aqueles alumnos que non sigan a avaliación continua o sistema de avaliación será unha proba global de toda a materia que valerá o 100% da nota.

Calquera evidencia de traballos e probas plaxiados ou copiados suporá unha cualificación de suspenso en todas as convocatorias do curso académico.

Bibliografía. Fontes de información

Bueno Campos, E., **Dirección estratégica de la empresa. Metodología, técnicas y casos.**, 2ª Ed.,
Domingo Ajenjo, A., **Dirección y gestión de proyectos: un enfoque práctico**, 2ª Ed.,
Golano, C., **Aprender a redactar documentos empresariales**,
Lopez Vidal, MP, **Dirección de empresas. Organización, estructura y funcionamiento**, 1ª Ed.,
Gonzalez Cortes, R., **El Plan de Viabilidad de la empresa. Formulación de un Plan de Consolidación y Desarrollo empresarial Sostenible**, 2ª Ed. (2 Tomos),
Gonzalez Cortes, R., **El Plan Económico Financiero de la Empresa. Aplicación a un caso práctico**, 2ª Ed.,
Jimenez Quintero, JA, **Dirección estratégica y viabilidad de empresas**, 2ª Ed.,
Moreno Martos, MC, **Casos prácticos de administración y organización de empresas**, 1ª Ed.,
Castillo, AM, **La Dirección en la práctica. Casos de gestión de empresas**, 1ª Ed.,
Martinez Martinez, M., **Casos prácticos de Management estratégico**, 2ª Ed.,

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS**Xestión documental para a administración da información**

Asignatura	Xestión documental para a administración da información			
Código	O04G390V01810			
Titulación	Grao en Consultoría e Xestión da Información			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua	Castelán			
Impartición	Galego			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Alvarez Prego de Oliver, Javier Eloy			
Profesorado	Alvarez Prego de Oliver, Javier Eloy			
Correo-e	jealvarez@uvigo.es			
Web				
Descrición general				

Competencias de titulación

Código	
A1	1. Posuír e comprender coñecementos acerca de:
A2	1.1 As organizacións empresariais e o seu ámbito, así como os sistemas de información que estas requiren e a interconexión que existe entre estes ámbitos.
A4	1.3 Os principios e capacidades das TIC e a súa aplicación na práctica profesional. (QAA)
A7	1.6 Os distintos tipos de organizacións que producen, diseminan e almacenan información e o seu lugar na cadea da información. (QAA)
A8	1.7 Os diferentes modelos de análise, xestión e control das organizacións, necesarios para interpretar de maneira coherente o deseño dos sistemas de información coa organización funcional da empresa.
A9	1.8 O crecemento e a importancia da economía dixital, así como as súas implicacións socioeconómicas nas tecnoloxías da información, o comercio electrónico e o comportamento do consumidor.
A11	2.1 Exercer un papel de intermediación entre as áreas funcionais dunha organización e as tecnolóxicas ao servizo da información.
A14	2.4 Configurar modelos e sistemas capaces de reunir, almacenar, transmitir, procesar e recuperar información dixital de maneira fiable e eficiente, que permita valorar a situación actual e a evolución futura da empresa.
A18	3.1 Habilidade para identificar, acceder, avaliar e utilizar as distintas fontes en diferentes contextos. (QAA)
A24	4.4 Integrar coñecementos e habilidades para elaborar e emitir informes de asesoramento sobre situacións concretas de empresa, promovendo o traballo en ámbitos próximos á realidade.
B3	6.3 Principios éticos no exercicio profesional e, especialmente, na relación co tratamento da información privada no ámbito empresarial.
B4	6.4 Motivación pola calidade e a mellora continua.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
1. Posuír e comprender coñecementos acerca de:	A1
1.1 As organizacións empresariais e o seu ámbito, así como os sistemas de información que estas requiren e a interconexión que existe entre estes ámbitos.	A2
1.3 Os principios e capacidades das TIC e a súa aplicación na práctica profesional. (QAA)	A4
1.6 Os distintos tipos de organizacións que producen, diseminan e almacenan información e o seu lugar na cadea da información. (QAA)	A7
1.8 O crecemento e a importancia da economía dixital, así como as súas implicacións socioeconómicas nas tecnoloxías da información, o comercio electrónico e o comportamento do consumidor.	A9
2.1 Exercer un papel de intermediación entre as áreas funcionais dunha organización e as tecnolóxicas ao servizo da información.	A11
2.4 Configurar modelos e sistemas capaces de reunir, almacenar, transmitir, procesar e recuperar información dixital de maneira fiable e eficiente, que permita valorar a situación actual e a evolución futura da empresa.	A14

1.7 Os diferentes modelos de análise, xestión e control das organizacións, necesarios para interpretar de maneira coherente o deseño dos sistemas de información coa organización funcional da empresa.	A8
3.1 Habilidade para identificar, acceder, avaliar e utilizar as distintas fontes en diferentes contextos. (QAA)	A18
4.4 Integrar coñecementos e habilidades para elaborar e emitir informes de asesoramento sobre situacións concretas de empresa, promovendo o traballo en ámbitos próximos á realidade.	A24
6.3 Principios éticos no exercicio profesional e, especialmente, na relación co tratamento da información privada no ámbito empresarial.	B3
6.4 Motivación pola calidade e a mellora continua.	B4

Contidos

Tema	
1. Gestión documental	1.1 Actualidad 1.2 Tendencias
2. Clientes y destinatarios	2.1 Gestión e integración de la documentación en la empresa
3. Accesibilidad de la información	3.1 Accesibilidad 3.2 Movilidad 3.3 Tiempos de localización, recuperación y archivo de documentos
4. Seguridad del archivo	4.1 Copias de respaldo 4.2 Eliminación de riesgos 4.3 Control y protección de acceso a la información (LOPD)
5. Ayudas a la gestión documental	5.1 Plan Avanza 5.2 Red.es. 5.3 Digitalización certificada 5.4 AEAT
6. Estudios de costes de la gestión documental	6.1 No duplicidad de información, envío de documentos, sostenibilidad 6.2 Catalogación, consultas, acceso e integración
7. Módulos accesorios a la gestión documental	Módulos accesorios a la gestión documental
8. Fases de implantación en el proceso de gestión documental en una empresa	Fases de implantación en el proceso de gestión documental en una empresa

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas e/ou exercicios	7	6	13
Prácticas autónomas a través de TIC	10	5	15
Titoría en grupo	5	0	5
Traballos tutelados	5	5	10
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	15	40	55
Sesión maxistral	30	0	30
Probos de resposta curta	2	20	22

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	Resolución de problemas planteados en clase
Prácticas autónomas a través de TIC	Los alumnos realizarán las prácticas de manera autónoma aunque apoyados pro el docente para consultas y dirección
Titoría en grupo	Pruebas objetivas en grupo
Traballos tutelados	Realización de traballos planteados con el apoyo del docente. Presentación oral

Resolución de problemas e/ou ejercicios de forma autónoma	Los alumnos deberán resolver problemas planteados de forma autónoma para su posterior presentación y entrega de los mismos
Sesión maxistral	Charlas de contenido mayormente teórico como base del conocimiento de partida de los fundamentos y contenidos de la asignatura

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Tutoría en grupo	Tiempo dedicado a la resolución de dudas del alumno por parte del docente
Trabajos tutelados	Tiempo dedicado a la resolución de dudas del alumno por parte del docente

Avaliación

	Descripción	Calificación
Prácticas autónomas a través de TIC	Se tendrá en cuenta la participación activa e individualizada del alumno en las actividades prácticas, así como su respuesta en la dinámica de clase (realización de prácticas TIC, simulaciones, preguntas y observaciones sobre aspectos expuestos, etc.). Supone el 30 % de la nota final de la asignatura.	30
Resolución de problemas e/ou ejercicios de forma autónoma	Preparación en equipos de 2/3 componentes de un caso de empresa relacionado con la aplicación de un sistema de gestión documental. Exposición del trabajo en clase. Se valorará, además del contenido, la comprensión del tema, la investigación, la presentación y exposición, la aportación personal razonada. Representará el 30 % de la nota final de la asignatura.	30
Probas de resposta curta	Un examen final con cuestiones teórico □ prácticas que representará el 40 % de la nota final de la asignatura.	40

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para el alumnado que opte por NO REALIZAR EVALUACIÓN CONTINUA, deberá presentarse con todo el material en la fecha oficial de la prueba establecida en el calendario escolar diera cuatrimestre.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2013-14.

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS**Trabajo de Fin de Grado**

Asignatura	Trabajo de Fin de Grado			
Código	004G390V01991			
Titulación	Grado en Consultoría y Gestión de la Información			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	12	OB	4	2c
Lengua Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego			
Profesorado				
Correo-e				
Web				
Descripción general	(*)Con Trabajo Fin de Grao o/a estudiante debe amosar ter conseguido as habilidades e destrezas conducentes á elaboración, presentación e defensa dun traballo de investigación ou de recopilación, a partir de material orixinal e inédito no eido empresarial a través da utilización da metodoloxía científica apropiada.			

Competencias de titulación

Código	
A1	1. Poseer y comprender conocimientos acerca de:
A2	1.1 Las organizaciones empresariales y su entorno, así como los sistemas de información que éstas requieren y la interconexión que existe entre estos ámbitos.
A3	1.2 Los conceptos, principios y técnicas de gestión que subyacen en los aspectos claves de la planificación, la gestión y el liderazgo y su aplicación en las empresas. (QAA).
A4	1.3 Los principios y capacidades de las TIC y su aplicación en la práctica profesional. (QAA)
A5	1.4 El marco legal y regulatorio dentro del cual los profesionales de la información operan, incluyendo las leyes relacionadas con la libertad de información, protección de datos, difamación, copyright, patentes y otras propiedades intelectuales. (QAA)
A6	1.5 Los métodos de investigación cualitativos y cuantitativos, su aplicación y utilidad en un contexto práctico y de políticas basadas en evidencias. (QAA)
A7	1.6 Los distintos tipos de organizaciones que producen, diseminan y almacenan información y su lugar en la cadena informacional. (QAA)
A8	1.7 Los diferentes modelos de análisis, gestión y control de las organizaciones, necesarios para interpretar de manera coherente el diseño de los sistemas de información con la organización funcional de la misma.
A9	1.8 El crecimiento y la importancia de la economía digital, así como sus implicaciones socioeconómicas en las tecnologías de la información, el comercio electrónico y el comportamiento del consumidor.
A10	2. Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio.
A11	2.1 Ejercer un papel de intermediación entre las áreas funcionales de una organización y las tecnológicas al servicio de la información.
A12	2.2 Analizar, identificar, dar apoyo y resolver problemas en materia organizativa y de gestión empresarial, especialmente en las situaciones complejas relativas a las organizaciones empresariales.
A13	2.3 Proponer, analizar, validar y mantener soluciones informáticas en el contexto de una organización empresarial.
A14	2.4 Configurar modelos y sistemas capaces de reunir, almacenar, transmitir, procesar y recuperar información digital de manera fiable y eficiente, que permita valorar la situación actual y la evolución futura de la empresa.
A15	2.5 Habilidad para utilizar un amplio rango de sistemas, fuentes de información y herramientas de comunicación o de colaboración electrónicas. (QAA)
A16	2.6 Integrar conocimientos y habilidades para elaborar un trabajo académico o profesional en el ámbito de los sistemas de información de la empresa, promoviendo el trabajo en entornos próximos a la realidad.
A17	3. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A18	3.1 Habilidad para identificar, acceder, evaluar y utilizar las distintas fuentes en diferentes contextos. (QAA)
A19	3.2 Competencias cognitivas de pensamiento crítico, análisis y síntesis, incluyendo la habilidad para relacionar y ordenar datos, ideas y teorías en un argumento bien estructurado especialmente en los aspectos organizativos y concernientes a la gestión de la información y sus tecnologías, con la finalidad de jugar un papel relevante en la mejora de la calidad de la organización. (QAA)
A20	4 Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado.
A21	4.1 Comunicar de una manera clara, sistemática y concisa en un amplio rango de temáticas diferentes y ante distintas audiencias, empleando habilidades de comunicación tanto orales como escritas. (QAA)
A22	4.2 Interactuar y negociar eficientemente e imparcialmente con individuos y grupos en varios contextos, incluyendo el servicio al cliente, contacto con proveedores y trabajo en equipo. (QAA)

A23	4.3 Capacidad de trabajar en contextos internacionales y/o en entornos diversos y multiculturales, valorando el compromiso ético en el ejercicio profesional.
A24	4.4 Integrar conocimientos y habilidades para elaborar y emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresa, promoviendo el trabajo en entornos próximos a la realidad.
A25	4.5 Leer y comunicarse en inglés/francés como lengua extranjera.
A26	5. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
A27	5.1 Capacidad para adaptarse a situaciones nuevas y a nuevos conocimientos trabajando autónomamente y con espíritu de superación.
A28	5.2 Conocimiento de su contexto profesional y ético, de los requerimientos y mecanismos para continuar con el desarrollo profesional y el aprendizaje a lo largo de la vida. (QAA)
B1	6.1 Habilidades directivas incluyendo gestión del tiempo, solución de problemas, toma de decisiones, y responsabilidad personal, iniciativa y liderazgo. (QAA)
B2	6.2 Creatividad, iniciativa y sensibilidad hacia los temas sociales y medioambientales.
B3	6.3 Principios éticos en el ejercicio profesional y, especialmente, en la relación con el tratamiento de la información privada en el ámbito empresarial.
B4	6.4 Motivación por la calidad y la mejora continua.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
El Trabajo Fin de Grado deberá verificar adecuadamente la adquisición por el estudiante de todas las competencias de la titulación.	A1	B1
	A2	B2
	A3	B3
	A4	B4
	A5	
	A6	
	A7	
	A8	
	A9	
	A10	
	A11	
	A12	
	A13	
	A14	
	A15	
	A16	
	A17	
	A18	
A19		
A20		
A21		
A22		
A23		
A24		
A25		
A26		
A27		
A28		

Contenidos

Tema	
Trabajo fin de grado	Trabajo fin de grado

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Proyectos	0	299	299
Otras	1	0	1

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

Metodologías

	Descripción
Proyectos	Trabajo autónomo por parte del alumnado tutorizado por un profesor/a segundo el establecido en el Reglamento de Trabajo Fin de Grado (TFG) de Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo. La carga estimada de trabajo por parte del alumnado es de 12 ECTS (300 horas)

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Proyectos	Atención personalizada por parte del tutor/a en la realización del TFG.

Evaluación

Descripción	Calificación
OtrasDefensa pública del TFG ante Tribunal Evaluador designado por la Comisión de Implantación del Grado de la FCETOU	100

Otros comentarios sobre la Evaluación

· **El acto de presentación será realizado por el alumno/a delante de un Tribunal Evaluador en sesión pública en la fecha y hora asignada.**

· El/la estudiante deberá estar en su correspondiente aula con suficiente anterioridad a la hora a la que fue convocado/a.

· En la realización del TFG, el plagio y la utilización de material no original, (incluido aquel obtenido a través de internet) sin indicación expresa de su origen y, si es el caso, permiso de su autor, será considerada causa de suspenso de la materia (calificación 0) y de pérdida del derecho a la exposición pública (defensa) del mismo.

· El/la alumno/a expondrá en un tiempo máximo de quince minutos un resumen del TFG y de los principales resultados y conclusiones alcanzados. Posteriormente, los miembros del Tribunal evaluador realizarán las observaciones y consideraciones oportunas.

· El /la alumno/a podrá usar como soporte de su presentación el programa powerpoint, para lo cual deberá subir el fichero de su presentación a la plataforma faitic un día antes de la fecha de defensa pública.

· La evaluación por parte del Tribunal seguirá los siguientes criterios:

	Valoración
Tema, contenido, organización y calidad del TFG	80%
Presentación pública del TFG	20%

· Para la evaluación de la presentación pública (defensa) del TFG se atenderá a los siguientes aspectos:

	Valoración
Contenido y organización	25%
Formato y claridad expositiva	25%
Presentación y defensa argumental	25%
Interacción con el tribunal	25%

· Finalizada la presentación pública de los TFG, el Tribunal evaluador deliberará sobre la calificación a puerta cerrada. Una vez finalizada la deliberación, el Tribunal hará pública la calificación.

Fuentes de información

La propia y específica de la propuesta temática elegida por el estudiante.

Recomendaciones

Otros comentarios

- Se recomienda la lectura del Reglamento del Trabajo Fin de Grado disponible en http://www.fcetou.uvigo.es/index.php?option=com_content&view=article&id=234:traballo-fin-de-grao&catid=19:formularios-e-normativas&Itemid=88&lang=gl