



Facultad de Comercio

GUÍA DOCENTE

GUÍA DOCENTE

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

UBICACIÓN

DIRECCIÓN: CALLE TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

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

FOTOS DEL EDIFICIO CENTRAL DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y DE LA AMPLIACIÓN (EDIFICIO ANEXO A La EEI.)



INSTALACIONES Y SERVICIOS

Puede consultar esta información en la web del centro: <http://www.fcomercio.es>

EQUIPO DECANAL

Equipo Decanal de la Facultad de Comercio

CALENDARIO ESCOLAR

- CALENDARIO ACADÉMICO DEL CURSO DE LA UNIVERSIDAD DE VIGO
- El Calendario del Curso Académico del Grado en Comercio se puede consultar en la página web: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Grado en Comercio

Asignaturas**Curso 1**

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
V06G270V01101	Economía: Microeconomía	1c	6
V06G270V01102	Empresa: Matemáticas comerciales	1c	6
V06G270V01103	Empresa: Principios de gestión responsable	1c	6
V06G270V01104	Matemáticas: Matemáticas	1c	6
V06G270V01105	Sociología: Sociología del consumo	1c	6
V06G270V01201	Economía: Economía española y mundial	2c	6
V06G270V01202	Economía: Macroeconomía	2c	6
V06G270V01203	Empresa: Fundamentos de contabilidad	2c	6
V06G270V01204	Empresa: Fundamentos de marketing	2c	6
V06G270V01205	Estadística: Estadística	2c	6

Curso 2

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

Curso 3

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
V06G270V01501	Contabilidad de gestión	1c	6
V06G270V01502	Decisiones de financiación en el comercio	1c	6
V06G270V01503	Planificación de recursos de información integrados	1c	6
V06G270V01504	Gestión del comercio exterior	1c	6
V06G270V01505	Idioma para la negociación intercultural: Inglés	1c	6
V06G270V01507	Idioma para la negociación intercultural: Alemán	1c	6

V06G270V01601	Presentación e interpretación de la información financiera	2c	6
V06G270V01603	Marketing internacional	2c	6
V06G270V01604	Derecho del trabajo	2c	6
V06G270V01605	Tributación de las operaciones comerciales	2c	6
V06G270V01606	Estrategia empresarial y gestión de ayudas	2c	6

Curso 4

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

DATOS IDENTIFICATIVOS**Economía: Microeconomía**

Asignatura	Economía: Microeconomía			
Código	V06G270V01101			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione FB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Fundamentos del análisis económico e historia e instituciones económicas			
Coordinador/a	Da-Rocha Álvarez, Jose Maria			
Profesorado	Da-Rocha Álvarez, Jose Maria			
Correo-e	jmrocha@uvigo.es			
Web				
Descripción general	materia de plan antiguo.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código

Resultados previstos en la materiaResultados previstos en la materia Resultados de Formación y Aprendizaje**Contenidos**

Tema	
I. Introducción	.
II. El funcionamiento de los mercados	.
III. La empresa	.
IV. Competencia imperfecta y fallos del mercado	.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Examen de preguntas de desarrollo	2	148	150

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

Metodologías

Descripción

Atención personalizada

Pruebas	Descripción
Examen de preguntas de desarrollo	atención previa cita a jmrocha@uvigo.es

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Examen de preguntas de desarrollo	examen escrito con una extensión inferior a 2000 palabras	100	

Otros comentarios sobre la Evaluación

La materia forma parte del plan de estudios Grado en Comercio en extinción. Por tanto no habrá evaluación continua.

El alumno/a será evaluado a través de un examen global que se realizará en la fecha oficial establecida en el calendario de exámenes.

Las fechas de los exámenes oficiales pueden ser consultadas en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Krugman, Paul y Rubín Wels, **Fundamentos de economía**, 4^º-5^º, Editorial Reverté, 2022

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Empresa: Matemáticas comerciales**

Asignatura	Empresa: Matemáticas comerciales			
Código	V06G270V01102			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	FB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Cabaleiro Casal, Roberto			
Profesorado	Cabaleiro Casal, Roberto			
Correo-e	rcab@uvigo.es			
Web	http://euee.uvigo.es			
Descripción general	La materia matemáticas comerciales se centra en el conocimiento tanto de las bases que fundamentan el proceso lógico-financiero, como una amplia casuística de operaciones susceptibles de valoración con criterios diversos.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.
C21	CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.
C22	CE22. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
D12	CT12. Creatividad.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D16	CT16. Iniciativa.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Saber cuales son los elementos intervinientes y plantear y calcular las diferentes magnitudes en operaciones de formación y amortización de capitales.	B1	C22	D3
	B2	C24	D4
	B3		D5
	B6		D6
			D10
		D12	
		D17	
		D18	
Conocer y disponer de las habilidades necesarias para la elección y discriminación de operaciones financieras en función de elementos identificadores de coste y/o rendimiento	B2	C6	D1
	B3	C19	D3
	B6	C21	D4
		C22	D5
		C24	D6
			D9
			D12
			D13
			D14
			D15
			D16
			D17
			D18

Contenidos

Tema	
1. Fundamentos básicos	1.1. Conceptos básicos en la elección financiera 1.2. Leyes financieras 1.3. Suma financiera de capitales 1.4. Operación financiera 1.5. Reserva matemática o saldo financiero 1.6. Magnitudes financieras 1.6. Sistemas financieros
2. Regímenes clásicos de capitalización	2.1. Leyes financieras de capitalización 2.2. Operaciones financieras simples 2.3. Intereses 2.4. Tipos de interés 2.5. Comparaciones entre regímenes Anexo: Cuentas corrientes bancarias de depósito y de crédito
3. Regímenes clásicos de descuento	3.1. Leyes financieras de descuento 3.2. Operaciones financieras simples de descuento 3.3. Descuentos 3.4. Tantos de descuento Anexo: El descuento bancario
4. Rentas financieras ciertas	4.1. Concepto y elementos 4.2. Clasificación 4.3. Propiedades 4.4. Valor capital o financiero de una renta 4.5. Rentas discretas con rédito periodal constante 4.5.1. Con términos constantes 4.5.2. Con términos variables
5. Operaciones de amortización de capitales	5.1. Concepto 5.2. Planteamiento general 5.3. Periodos de carencia 5.4. Métodos de amortización 5.4.1. Amortización americana 5.4.2. Progresivo o francés 5.4.3. Con cuotas de amortización constantes 5.4.4. Con términos variables 5.4.5. Con tipos indicados
6. Tantos de coste y rendimiento de las operaciones financieras	6.1. Introducción 6.2. Tantos de coste y de rendimiento nominales 6.3. Tantos de coste y de rendimiento medios 6.4. Tantos de coste y de rendimiento efectivos 6.5. Tasa anual equivalente (TAE), coste y rendimiento efectivo remanente (CER/RER)

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Examen de preguntas de desarrollo	1	48	49
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	99	101

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

Metodologías

Descripción

Atención personalizada

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Examen de preguntas de desarrollo	Evaluación a través de 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.	26	B1 B2 B3 B6	C6 C19 C21 C22 C24	D1 D3 D4 D5 D6 D9 D10 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno/ debe solucionar una serie de problemas y/o ejercicios en un tiempo/condiciones establecido/as por el profesor/a. Para ello, debe aplicar los conocimientos adquiridos.	74	B1 B2 B3 B6	C6 C19 C21 C22 C24	D1 D3 D4 D5 D6 D9 D10 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

La materia forma parte del plan de estudios Grado en Comercio en extinción. Por tanto no habrá evaluación continua. El alumno/a será evaluado a través de un examen global que se realizará en la fecha oficial establecida en el calendario de exámenes. Las fechas de los exámenes oficiales pueden ser consultadas en la página web del centro:

<https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

BARQUERO LÓPEZ, M. J.; MAESTRO MUÑOZ, M. L, **Problemas resueltos de matemática de las operaciones financieras**, AC, 2003

GIL LUEZAS, M.A.; GIL PELÁEZ, **Matemática de las operaciones financieras. Tomos I e II.**, UNED, 1992

Bibliografía Complementaria

BONILLA, M. ; IVARS, A. ; MOYA, I, **Matemáticas de las operaciones financieras. Teoría Y Práctica**, Thomson, 2006

CRUZ RAMBAUD, S.; VALLS MARTÍNEZ, M. C., **Introducción a las Matemáticas Financieras**, Pirámide, 2014

DE LA FUENTE SÁNCHEZ, D.; PRA, I., **Matemáticas De Las Operaciones Financieras (Manuales)**, Editorial Universitaria Ramón Areces (UNED), 2020

DE LA FUENTE SÁNCHEZ, D.; PRA, I., **Ejercicios de Matemáticas De Las Operaciones Financieras (Manuales)**, Editorial Universitaria Ramón Areces (UNED), 2020

PRIETO PEREZ, E., **Matemática Financiera. Tomo I. Teoría matemática de las Operaciones Financieras en ambiente de certeza.**, Gabinete Financiero, 2008

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Decisiones de inversión en el comercio/V06G270V01402

Decisiones de financiación en el comercio/V06G270V01502

DATOS IDENTIFICATIVOS**Empresa: Principios de gestión responsable**

Asignatura	Empresa: Principios de gestión responsable			
Código	V06G270V01103			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	FB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Sinde Cantorna, Ana Isabel			
Profesorado	Sinde Cantorna, Ana Isabel			
Correo-e	asinde@uvigo.es			
Web	http://euee.uvigo.es			
Descripción general	Se trata de presentar a la empresa como agente en el sistema económico, su gobierno, funcionamiento y estructura, así como la responsabilidad de su actuación con respecto a los agentes internos y externos.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
C11	CE11. Comprender el concepto de calidad, sus implicaciones en el desarrollo de las tareas y funciones y su influencia en la reputación comercial, así como saber evaluar e implantar sistemas de gestión y normas de calidad.
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Interpretar y aplicar el concepto de gestión de la calidad y del medioambiente, así como su repercusión en el entorno actual, diseñando sistemas de gestión que tengan presente la responsabilidad que existe por parte de la empresa con la mejora continua y con la sostenibilidad del entorno natural.	A2 B2 C11 D15 C19

Contenidos

Tema	
Tema 1. La empresa y su entorno. Subsistemas empresariales	Concepto de empresa La empresa como sistema Subsistemas de la empresa Entorno y empresa ante el cambio digital Posición competitiva y nuevos modelos de negocio en la era digital
Tema 2. El empresario y los objetivos empresariales.	Teorías de la empresa Teoría del empresario El empresario 5.0 Objetivos empresariales Objetivos y grupos de interés
Tema 3.Ética y responsabilidad en la empresa del siglo XXI	Introducción Concepto de ética y moral Ética empresarial y responsabilidad social corporativa en la era digital Colectivos afectados por la ética empresarial Los costes de la falta de ética Adopción de nuevas tecnologías y adaptación al nuevo entorno digital

Tema 4. La ética y la dirección de empresas	Componentes del sistema de dirección Sistema de dirección Sistema humano Sistema cultural Sistema político Responsabilidad de la dirección Nuevas tecnologías de apoyo para la planificación, organización, dirección y control
Tema 5. La gestión responsable de los recursos financieros	Objetivos y tareas de la función financiera Concepto de inversión e inversión responsable Valoración de inversiones Ciclo de explotación de la empresa y su gestión Financiación y nuevas herramientas para la captación de recursos financieros Fuentes de financiación
Tema 6. Empresa y producción responsable	Sistema de producción Eficiencia y productividad Estrategia digital e innovación Costes de producción y su optimización Capacidad de producción y localización Gestión de inventarios
Tema 7. Sistema de gestión de la calidad y gestión medioambiental	Concepto de calidad. Implantación de sistemas de gestión de la calidad y gestión medioambiental Agenda 2030: ODS Herramientas de apoyo

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	27	20	47
Resolución de problemas	11	20	31
Estudio de casos	8	20	28
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	10	11
Examen de preguntas objetivas	1	10	11
Examen de preguntas de desarrollo	1	21	22

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio con ayuda de diverso material impreso o proyectado.
Resolución de problemas	Resolución de ejercicios y cuestiones por parte del alumno de forma individual o en grupo bajo la supervisión del profesor.
Estudio de casos	Resolución en grupo de casos de empresas relacionados con los contenidos de la asignatura, bajo la propuesta, guía y supervisión del profesor.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas	Tiempo reservado para orientar y atender al alumnado y resolver sus dudas en el proceso de adquisición de las competencias de la materia. El alumno dispondrá de esta atención personalizada en el horario de tutorías que a tal efecto será publicado en el centro.
Estudio de casos	Tiempo reservado para orientar y atender al alumnado y resolver sus dudas en el proceso de adquisición de las competencias de la materia. El alumno dispondrá de esta atención personalizada en el horario de tutorías que a tal efecto será publicado en el centro.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de ejercicios, casos o supuestos sobre contenidos y conceptos desarrollados en la asignatura	30	A2 B2 D15
Examen de preguntas objetivas	Examen como prueba para evaluar los conocimientos adquiridos por el alumno sobre la materia. La respuesta debe ser breve.	30	C19 D15

Examen de preguntas de desarrollo	Examen con preguntas extensas de carácter teórico y/o práctico.	40	C11 C19	D15
-----------------------------------	---	----	------------	-----

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se realizará una prueba global en las fechas de los exámenes oficiales, pueden consultarse en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Compromiso ético. Se espera que @alumn@ presente un comportamiento ético adecuado. En el caso de detectar un comportamiento no ético (copia, plagio, utilización de aparatos electrónicos no autorizados, por ejemplo) se considerará que @alumn@ no reúne los requisitos necesarios para superar la materia. En ese caso, la cualificación global en el presente curso académico será de suspenso (0,0).

Fuentes de información

Bibliografía Básica

García Rodríguez, Manuel (Coord), **Factoría de economía de la empresa**, 1, Pirámide, 2016

Martínez Martínez, C. y Martínez López, MC, **Introducción a la economía de la empresa**, 1, Pirámide, 2016

García del Junco, J.; Palacios Florencio, B. y Espasandín Bustelo, F., **Manual práctico de responsabilidad social corporativa**, 1, Pirámide, 2014

Rauffelet, E., **Responsabilidad, ética y sostenibilidad empresarial**, 1, Addison-Wesley, 2017

Bilbao Alberti, G. & Caro, J., **Fundamentos de ética empresarial**, 1, Pirámide, 2023

Bibliografía Complementaria

González Domínguez, FJ y Ganaza Vargas, JD, **Fundamentos de economía de la empresa**, 1, Pirámide, 2015

Castells, Manuel et. al., **Otra economía es posible**, 1, Alianza Editorial, 2017

Melé, J.A., **Dinero y conciencia. ¿A quién sirve mi dinero?**, 8, Plataforma Actual, 2014

Girón Sierra, J.M., **Introducción a la inteligencia artificial. La tecnología que nos cambiará para siempre**, 1, Sekotia, 2023

Martínez Avellano, C. & Unigarro Gutiérrez, S., **Adecuación ética: un desafío empresarial**, 1, Pirámide, 2023

Díaz Perdomo, Y., **Responsabilidad social corporativa: últimas tendencias**, 1, McGraw Hill, 2022

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Estrategia empresarial y gestión de ayudas/V06G270V01606

Creación de empresas comerciales/V06G270V01702

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Economía: Microeconomía/V06G270V01101

Sociología: Sociología del consumo/V06G270V01105

Otros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Matemáticas: Matemáticas				
Asignatura	Matemáticas: Matemáticas			
Código	V06G270V01104			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione FB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Matemáticas			
Coordinador/a	García Cutrín, Francisco Javier			
Profesorado	García Cutrín, Francisco Javier			
Correo-e	fjgarcia@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal			
Descripción general	La materia Matemáticas, en la titulación de Grado en Comercio, tiene como función primordial proporcionarle al alumnado el lenguaje, los conocimientos y las principales técnicas matemáticas básicas que precisará tanto en su formación como en el ejercicio profesional. Además, deberá contribuir a desarrollar el razonamiento lógico para la resolución de problemas, la capacidad de análisis de datos, la interpretación de resultados y la síntesis de conclusiones; fomentando en todo momento la participación, la colaboración y el espíritu crítico. Para eso, se buscará la comprensión y el manejo de los conceptos y técnicas fundamentales de álgebra lineal y cálculo; así como su aplicación a diversas áreas de estudio.			

Resultados de Formación y Aprendizaje	
Código	
C21	CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Resultados previstos en la materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conocer las técnicas básicas de derivación de funciones reales de variable real y su aplicación en el contexto económico.	C21	D3 D4 D5 D17
Calcular autovalores y clasificar me las formas cuadráticas atendiendo a su signo.	C21	D3 D4 D5 D17
Aplicar las nociones básicas y las reglas del cálculo diferencial de funciones de varias variables para formular y resolver problemas de optimización.	C21	D3 D4 D5 D17
Argumentar de modo claro y riguroso, tanto en forma oral cómo escrita.		D3 D4 D17

Contenidos	
Tema	
Funciones reales de una variable.	Introducción. Funciones elementales: dominio, límites, continuidad, crecimiento. Derivabilidad: Cálculo de derivadas. Interpretación económica. Máximos y mínimos. Derivadas de orden superior:Concavidad/convexidad.

Cálculo matricial.

Matrices. Operaciones con matrices. Determinantes.

Sistemas de ecuaciones lineales.

Autovalores.

Formas cuadráticas. Signo de una forma cuadrática.

Funciones de varias variables reales.
Optimización.

Introducción. Gráficas, conjuntos de nivel y propiedades.

Derivadas parciales: Cálculo e interpretación. Matriz jacobiana. Regla de la cadena.

Derivadas de orden superior. Matriz hessiana.

Convexidad y concavidad. Máximos y mínimos.

Optimización sin restricciones. Condiciones necesarias y suficientes de 1º y 2º orden para la existencia de óptimos.

Optimización con restricciones de igualdad. Condiciones necesarias y condiciones suficientes.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas de forma autónoma	0	75	75
Examen de preguntas de desarrollo	3	72	75

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

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas de forma autónoma	Resolución de problemas propuestos.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas de forma autónoma	Las dudas pueden resolverse en las tutorías

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Examen de preguntas de desarrollo	Examen final	100	C21	D3 D4 D5 D17

Otros comentarios sobre la Evaluación

La materia forma parte del plan de estudios Grado en Comercio en extinción. Por lo tanto, no habrá evaluación continua. Exame final: Habrá un examen final que se realizará en la fecha oficial establecida en el calendario de exámenes. Las fechas de los exámenes oficiales, pueden consultarse en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Besada, M.; García-Cutrín, J.; Mirás, M.; Vázquez, C., **Cálculo de varias variables: Cuestiones y ejercicios resueltos.**, 1ª Edición., Pearson Educación, 2001

Besada, M.; García-Cutrín, J.; Mirás, M.; Quinteiro, C.; Vázquez, C., **MaréMáticas**, Servicio de Publicacións da Universidade de Vigo, 2024

Sysaeter, K.; Hammond, P.; Carvajal, A., **Matemáticas para el análisis económico**, 2ª Edición, Pearson, 2012

Vázquez Pampín, Carmen, **Economates. As Matemáticas na Economía**, Servicio de Publicacións da Universidade de Vigo, 2024

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Sociología: Sociología del consumo				
Asignatura	Sociología: Sociología del consumo			
Código	V06G270V01105			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	FB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Sociología, ciencia política y de la administración y filosofía			
Coordinador/a	Durán Vázquez, José Francisco Trabada Crende, José Elías			
Profesorado	Durán Vázquez, José Francisco Trabada Crende, José Elías			
Correo-e	xose.elias.trabada.crende@uvigo.gal joseduran@uvigo.es			
Web	http://euee.uvigo.es			
Descripción general	Esta materia tiene como objetivo fundamental proporcionar al alumnado los conocimientos necesarios para entender el significado social del consumo así como las lógicas que subyacen en las diversas prácticas de consumo.			

Resultados de Formación y Aprendizaje	
Código	
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C3	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.
C8	CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.
C14	CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.

Resultados previstos en la materia		Resultados de Formación y Aprendizaje		
Reconocer y analizar la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el consumo, la sociedad de consumo y los estilos de vida.	B3 B5 B6	C3 C8 C14	D4 D5 D10 D15	
Comprender y analizar la evolución del consumo habida cuenta los cambios económicos, políticos, sociales y culturales.	B3 B5 B6	C3 C8 C14	D4 D5 D10 D15	
Saber reconocer y evaluar las bases sociales y culturales del funcionamiento de los mercados así como los estilos de vida y las prácticas de consumo, desde la perspectiva de género.	B3 B5 B6	C3 C8 C14	D4 D5 D10 D15	

Contenidos
Tema

1. Introducción a la sociología.	- Objeto y análisis sociológica. - La reflexividad en las ciencias sociales. - Pluralismo metodológico.
2. La sociedad de consumo: emergencia y consolidación.	- Aproximación a la sociedad de consumo: conceptualización y contextualización. - Formación y desarrollo de la sociedad de consumo de masas. - Fordismo y posfordismo
3. La sociedad de consumo en el contexto español. Nuevos sujetos de consumo: género y consumo.	- La sociedad de consumo en España - Los nuevos sujetos de consumo. - Consumo y relaciones sociales: relaciones de género y relaciones de consumo. La publicidad y el género.
4. La política de lo consumo: relaciones de poder	- Globalización, producción y consumo. - Desigualdades Norte-Sur. - Dilemas sobre el consumismo y nuevos desafíos: emergencia climática.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	27	56	83
Estudio de casos	10	15	25
Trabajo tutelado	10	30	40
Examen de preguntas objetivas	2	0	2

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición de los contenidos de la asignatura objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el alumnado.
Estudio de casos	En las clases prácticas se realizarán diversas actividades relacionadas con hechos, problemas, situaciones, etc. De cada una de las actividades realizadas se entregará un informe.
Trabajo tutelado	El alumnado realizará un trabajo sobre consumo a partir del guión que se le proporcionará al comienzo del curso. El trabajo será en grupo.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Se aclararán las dudas del alumnado relacionadas con el desarrollo de los temas. Las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos bajo la modalidad de concertación previa.
Trabajo tutelado	Se realizará un seguimiento personalizado, individualmente ou en grupo reducido, de los trabajos. Las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos bajo la modalidad de concertación previa.
Estudio de casos	Se resolverán las dudas del alumnado en cada uno de los casos propuestos. Las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos bajo la modalidad de concertación previa.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Estudio de casos	Actividad reflexiva sobre la *sociología del consumo.	20	B3 B5 B6	C3 C8 C14	D4 D5 D10 D15
Trabajo tutelado	Se valorará la elaboración de un trabajo tutelado por la profesora	40	B3 B5 B6	C3 C8 C14	D4 D5 D10 D15
Examen de preguntas objetivas	Se realizará prueba objetiva sobre todos los contenidos de la materia.	40	B3 B5 B6	C3 C8 C14	D4 D5 D10 D15

Otros comentarios sobre la Evaluación

La materia forma parte del plan de estudios del Grado en Comercio en extinción. Por lo tanto, no habrá evaluación continua.
Examen final: habrá un examen final que se realizará en la fecha oficial establecida en el calendario de exámenes.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Alonso, L.E., **La era del consumo**, Siglo XXI, 2005

Bauman, Z., **Vida de consumo**, Fondo de Cultura Económica, 2007

Alonso L.E., **Prácticas económicas y economía de las prácticas**, Libros de la Catarata, 2009

Baudillard, J., **La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras**, Siglo XXI, 2009

Bocock, R., **El consumo**, Talasa, 1993

Bourdieu, P., **La distinción**, Taurus, 2006

Lipovetsky, G., **La felicidad paradójica: ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo**, 3ª ed., Anagrama, 2016

Marinas, J.M., **Investigar la cultura del consumo**, Síntesis, 2010

Sassatelli, R., **Consumo, cultura y sociedad**, Amorrortu, 2012

Sennett, R., **La cultura del nuevo capitalismo**, 3ª ed., Anagrama, 2008

Arribas Macho, J.M., **Sociología del consumo e investigación de mercados**, UNED, 2013

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Economía: Economía española y mundial**

Asignatura	Economía: Economía española y mundial			
Código	V06G270V01201			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	FB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía aplicada			
Coordinador/a	Padín Fabeiro, María Carmen			
Profesorado	Padín Fabeiro, María Carmen			
Correo-e	padin@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Economía Española y Mundial es una materia básica que consta de un total de 6 créditos ECTS, que se corresponden con 150 horas de trabajo del estudiante, de las cuales 50 son actividades presenciales, mientras que el resto serán actividades de trabajo personal. Esta materia pretende iniciar al estudiante en el conocimiento de la Economía Aplicada, comenzando por el análisis de la Economía Mundial y Española. Se trata de que comprenda el funcionamiento y estructura de la Economía Mundial y Española, haciendo hincapié, por una parte, en las diferencias entre Países Desarrollados y Países en vías de Desarrollo, y por otra parte, en la estructura económica de España.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
C1	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.
C3	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.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Adquirir conocimientos básicos para entender el funcionamiento de la economía mundial y española	B3	C1 C3	D3
Manejar la información estadística proporcionada por las fuentes estadísticas de la economía mundial y de España	B3		D13
Sintetizar la información estadística en indicadores económicos relevantes	B3	C1 C3	
Elaborar y exponer los resultados, empleando en un nivel básico los programas informáticos de cálculo y realizar gráficos y presentaciones	B3 B4		D15 D17
Redactar y sintetizar los resultados anteriores	B3 B4	C1	D3 D13 D15 D17
Someter a contraste y discusión las ideas proporcionadas en las lecciones magistrales	B4	C1	D3 D17
Revisar con cierta periodicidad a evolución de los resultados alcanzados			D3 D15 D17
Gestión personal efectiva en terminos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa, tanto individual como grupal			D3 D13 D15 D17

Contenidos

Tema	
Parte I: Introducción	Los objetivos básicos y las preguntas relevantes. Organización y método de trabajo. Principales conceptos: Crecimiento y Desarrollo. Fuentes estadísticas y bibliográficas.
Parte II. Economía mundial.	Los factores del crecimiento económico: estrategias y experiencias. Los elementos estructurales de los Países Desarrollados. Características estructurales de los países en vías de desarrollo. Las teorías del subdesarrollo económico. Instituciones y relaciones económicas internacionales
Parte III. Economía española.	Evolución de la Economía Española: Etapas, factores de crecimiento y cambio estructural. La especialización productiva y comercial. Eficiencia, sostenibilidad y equidad.
Parte IV: La actualidad de la economía española y mundial	Temas de actualidad de la economía mundial. Temas de actualidad de la economía española.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Examen de preguntas objetivas	0	150	150

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

Metodologías

Descripción

Atención personalizada**Evaluación**

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Examen de preguntas objetivas	Examen del temario de la materia del plan a extinguir	100	

Otros comentarios sobre la Evaluación**EVALUACIÓN GLOBAL**

Al ser una materia del plan extinguido, no habrá evaluación continua.

Examen final: Habrá un examen final que se realizará en la fecha oficial establecida en el calendario de exámenes.

Las fechas de los exámenes oficiales, pueden consultarse en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información**Bibliografía Básica****Bibliografía Complementaria**

José Luis García Delgado, www.leccionesdeeconomía.es,

José Antonio Alonso, **Lecciones sobre economía mundial**, 10 edición, Aranzadi, 2021

José Luis García Delgado y Rafael Myro, **Economía Española. Una introducción**, 16 edición, Aranzadi, 2021

Recomendaciones**Asignaturas que continúan el temario**

Economía internacional/V06G270V01803

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Economía: Macroeconomía/V06G270V01202

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Economía: Microeconomía/V06G270V01101

Otros comentarios

Para el correcto seguimiento de la materia es preciso contar con acceso a internet y una cuenta de correo electrónico, la utilización de la Plataforma de Docencia Virtual y lo lo manejo de programas informáticos básicos (una hoja de cálculo y un procesador de textos). En este Centro, la Plataforma de Docencia Virtual será la Plataforma MOOVI
También se recomienda en esta Centro, la realización del curso virtual organizado por la Biblioteca "Conoce la Biblioteca y aprende a buscar, evaluar y utilizar la información", dirigido al alumnado de 1º grado y que tiene como objetivo que el estudiante adquiera los conocimientos básicos para buscar, analizar, seleccionar y organizar la información de manera eficiente, así como utilizar y comunicar la información eficazmente de forma ética y legal.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Economía: Macroeconomía**

Asignatura	Economía: Macroeconomía			
Código	V06G270V01202			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	FB	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Fundamentos del análisis económico e historia e instituciones económicas			
Coordinador/a	Freire Serén, María Jesús			
Profesorado	Freire Serén, María Jesús			
Correo-e	mjfreire@uvigo.es			
Web	http://webs.uvigo/freire-seren			
Descripción general	Este curso proporcionara a los alumnos dos clases de conocimientos. Por un lado, la comprensión de los problemas macroeconomicos, y por otro, la familiarización de las herramientas y los instrumentos analíticos que permitan analizar dichos problemas.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C21	CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
	A2	B6		D4
	A3			D5
	A4			
	A5			
	A2	B3	C21	D3
	A3			D4
	A4			D5

Contenidos

Tema	
Tema 1. Introducción	1.1 La macroeconomía 1.2 Los datos macroeconómicos
Tema 2. El muy largo plazo	2.1 Los hechos del crecimiento 2.2 Modelos de crecimiento. 2.3 Convergencia
Tema 3. El corto plazo	4.1 El mercado de bienes 4.2 Los mercados financieros 4.3 Las políticas económicas

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Examen de preguntas objetivas	0	100	100
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	50	50

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

Metodologías

Descripción

Atención personalizada

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Examen de preguntas objetivas	Preguntas de respuesta tipo test	100	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Al ser una materia del plan extinguido, no habrá evaluación continua.

Examen final: Habrá un examen final que se realizará en la fecha oficial establecida en el calendario de exámenes.

Las fechas de los exámenes oficiales, se pueden consultar en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Mankiw, G, **Macroeconomía**, 8ª Edición, Bosch, 2012

Krugman, P, y R. Wels, **Fundamentos de economía**, 4ª-5ª, Editorial Reverté, 2022

Bibliografía Complementaria

Blanchard, O, **Macroeconomía**, 7ª edición,

Mankiw, G y M. Taylor, **Economía**, 1º, Ediciones Paraninfo, 2017

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Empresa: Fundamentos de contabilidad**

Asignatura	Empresa: Fundamentos de contabilidad			
Código	V06G270V01203			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione FB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Sáez Ocejo, José Luis			
Profesorado	Sáez Ocejo, José Luis			
Correo-e	jocejo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	El contenido de la asignatura pretende dotar al alumno de competencias básicas para elaborar, interpretar y comunicar los estados contables externos de síntesis. Esta asignatura es la base sobre la que se asentará la siguiente materia: "Contabilidad Financiera" que se impartirá en el 2º Curso del "Grado de Comercio" en el 1º cuatrimestre. Esta asignatura supone una pieza muy relevante en el aprendizaje y comprensión del sistema de información de la empresa, ya que constituye el soporte básico metodológico necesario para la aplicación y desarrollo de las principales problemáticas contables incorporadas en la normativa empresarial y societaria vigente.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código				
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.			
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.			
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.			
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.			
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.			
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.			
C20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.			
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.			
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).			
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.			
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.			
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.			
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.			
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.			
D12	CT12. Creatividad.			
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.			

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Conocer los fundamentos básicos y metodológicos para el diseño y organización del sistema contable, así como la aplicación de las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para la toma de decisiones para usuarios internos y externos	B1 B3	C4	D3 D5

Capacitar al estudiante para la búsqueda, análisis, síntesis e interpretación de la información contenida en las cuentas anuales	B2	C6 C20	D1 D3 D12 D18
Capacitar al estudiante para resolver problemas de forma creativa e innovadora, tanto a nivel individual como en equipo	B5	C24	D4 D6 D8 D12

Contenidos

Tema	
1. Introducción	Concepto y evolución Entidades y sujetos sobre los que informar División de la contabilidad Requisitos de la información contable
2. El Patrimonio	Estados contables básicos Patrimonio y balance Inventario Masas patrimoniales El balance; su equilibrio y clasificación en masas patrimoniales.
3. Técnica contable; la cuenta	Justificación Terminología y tipología Funcionamiento cuentas de balance. Razonamiento contable
4. El resultado contable; su determinación	Empresas de servicios, comerciales e industriales La determinación del resultado; fases.
5. El ciclo contable	Apertura Operaciones del ejercicio Balance comprobación Determinación resultado y regularización Cierre Estados contables de síntesis. Contabilidad y legislación mercantil.
6. Normalización contable; el PGC	Normalización contable Estructura y contenido del PGC Marco conceptual Normas de registro y valoración Cuentas anuales Cuadro de cuentas Adaptación del cuadro cuentas a la clasificación funcional del balance Definiciones y relaciones contables.
7. Definiciones y relaciones contables. (I)	Existencias; clasificación Valoración de las existencias Modelo de funcionamiento
8. Definiciones y relaciones contables. (II)	Compras y descuentos en compras Ventas y descuentos en ventas. Gastos de transporte. Modelo contable del IVA
9. Definiciones y relaciones contables. (III)	Gastos de personal. Las insolvencias de tráfico; métodos para la contabilización del deterioro.
10. Definiciones y relaciones contables. (IV)	Operaciones con efectos comerciales: el descuento de efectos y la gestión de cobro. Problemática contable de los envases y embalajes. Provisiones

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	27	4	31
Resolución de problemas	19	33	52
Resolución de problemas de forma autónoma	0	64	64
Resolución de problemas y/o ejercicios	3	0	3

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

Metodologías

Descripción

Lección magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.
Resolución de problemas	Exposición y resolución, por parte del profesor, de ejercicios que ilustran la parte teórica explicada, fomentando la discusión en el aula sobre propuestas alternativas de solución.
Resolución de problemas de forma autónoma	Actividades en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la asignatura. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma, tanto a nivel teórico como práctico.

Atención personalizada

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas y/o ejercicios	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen cuestiones, preguntas y ejercicios sobre aspectos concretos de la materia.	100	B1 B2 B3 B5	C4 C6 C20 C24	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D12 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

La materia forma parte del plan de estudios Grado en Comercio en extinción. Por tanto no habrá evaluación continua. El alumno/a será evaluado a través de un examen global que se realizará en la fecha oficial establecida en el calendario de exámenes. Las fechas de los exámenes oficiales pueden ser consultadas en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Saez Ocejo, José L., **Fundamentos de contabilidad financiera**, Andavira, 2ª edición, 2023

Sáez Ocejo, Jose Luis, **Casos prácticos de Fundamentos de Contabilidad Financiera**, Edit. Andavira,

ICAC, **Plan General de Contabilidad de Pequeñas y Medianas Empresas y criterios contables específicos para microempresas. R.D. 1515/2007 de 16 de noviembre y Adaptación al R.D. 1159/2010**, Ediciones Pirámide, 2022/2023

Bibliografía Complementaria

Sáez Ocejo, Jose Luis, **Antología del Disparate contable (Con solucionario)**, Andavira Editores,

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

J.L.Wanden Berghe y E. Fernández Daza, **Introducción a la Contabilidad**, Edit. Pirámide, 2021

García Benau, M.ª A.; Vico Martínez, A., **Introducción a la Contabilidad Financiera**, Edit. CEF, 2021

Arquero Montaña, José Luis; Jiménez Cardoso, Sergio y otros, **Introducción a la Contabilidad Financiera**, Edit. Pirámide, 2021

E. Albelda Pérez, y L. Sierra G., **Introducción a la Contabilidad Financiera. Ejercicios Básicos**, Edit. Pirámide,

Lazcano Benito, Laura. Muñoz Orcera, Rafael. Márquez Vigil, Javier, **Fundamentos de Contabilidad financiera**, McGrawHill, 2021

Porcuna Enguix, Luis, Vela Bargues, José Manuel y Porcuna Enguix, Rubén, **Fundamentos de contabilidad financiera**, Pirámide, 2022

Vela Bargues, j.M., **Fundamentos de contabilidad financiera**, Pirámide, 2021

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Contabilidad de costes/V06G270V01401

Contabilidad financiera/V06G270V01301

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

DATOS IDENTIFICATIVOS**Empresa: Fundamentos de marketing**

Asignatura	Empresa: Fundamentos de marketing			
Código	V06G270V01204			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	FB	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Rodríguez Daponte, María del Rocío			
Profesorado	Rodríguez Daponte, María del Rocío			
Correo-e	rocio@uvigo.es			
Web	http://http://faitic.uvigo.es/			
Descripción general	El objetivo de la asignatura es aproximar a los alumnos a los conceptos básicos de la mercadotecnia. Esta aproximación les ayudará a comprender el funcionamiento comercial de la empresa, el mercado y los clientes. Para ello, la materia le proporciona los conocimientos y herramientas necesarias para diseñar un programa de marketing y tomar decisiones en el área comercial.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
C8	CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D12	CT12. Creatividad.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D16	CT16. Iniciativa.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).	C8 C26	D1

Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.		D3 D4 D5 D10 D11 D12 D13 D15 D16 D17 D18
Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y argumentos multidisciplinares.		D4 D5 D7
Capacidad para liderar y trabajar en equipo.	B5	D6 D8 D9 D15 D16 D18

Contenidos

Tema	
I. Introducción. Conceptos generales de marketing.	1.1 El marketing cómo filosofía y actividad
1. Concepto y contenido del marketing	1.2 Naturaleza y alcance del marketing 1.3 La orientación de la empresa cara el mercado 1.4 La dirección de una campaña total de marketing. El plan de marketing 1.5 La gestión del marketing en la empresa
II. Marketing Estratégico.	2.1 La necesidad de la información en la gestión de marketing. El sistema de información de marketing
2. Información comercial	2.2 Concepto, contenido y aplicaciones de la investigación comercial 2.3 Fases de la investigación comercial 2.4 Análisis de la demanda 2.5 Análisis de la competencia
3. Segmentación y posicionamiento del mercado	3.1 Concepto y utilidad de la segmentación 3.2 Proceso de segmentación 3.3 Técnicas de segmentación 3.4 El posicionamiento en el mercado
4. Comportamiento de compra de los consumidores	4.1 El comportamiento del consumidor 4.2 Enfoques de comportamiento del consumidor 4.3 Factores que afectan al comportamiento del consumidor 4.4 El proceso de decisión de compra
III. Marketing Operativo: Estrategias Comerciales.	5.1 Concepto y clasificaciones de producto
5. Producto.	5.2 Decisiones sobre lo producto individual 5.3 Decisiones sobre la línea de productos 5.4 Ciclo de vida del producto 5.5 Proceso de desarrollo de nuevos productos
6. Precio	6.1 Concepto de precio 6.2 El proceso de fijación de precios 6.3 Estrategia de precios
7. Comunicación	7.1 La comunicación 7.2 La decisión de comunicación 7.3 Comunicación de masas 7.4 Comunicación personal o personalizada
8. Distribución	8.1 El canal de distribución 8.2 Las funciones del canal de distribución 8.3 El diseño del canal 8.4 La gestión del canal 8.5 La distribución física y logística

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	25	27	52
Estudio de casos	22	44	66
Examen de preguntas objetivas	2	15	17
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	15	15

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

Metodologías	
	Descripción
Lección magistral	Exposición de los conceptos teóricos y/o prácticos. Se requiere la participación del alumnado en los conceptos desarrollados en cada sesión.
Estudio de casos	Casos reales, lecturas, análisis de actuaciones empresariales, debates, etc. A resolver en grupo o individualmente.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Resolución de dudas del alumnado en relación con algún aspecto de la materia (contenido, trabajo y/o prácticas), proporcionándole orientación, apoyo y motivación en el proceso de aprendizaje. Esta actividad se desarrollará de forma presencial, solicitando una tutoría, o no presencial a través del correo electrónico o del campus remoto.
Pruebas	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de dudas del alumnado en relación con algún aspecto de la materia (contenido, trabajo y/o prácticas), proporcionándole orientación, apoyo y motivación en el proceso de aprendizaje. Esta actividad se desarrollará de forma presencial, solicitando una tutoría, o no presencial a través del correo electrónico o del campus remoto.
Examen de preguntas objetivas	Resolución de dudas del alumnado en relación con algún aspecto de la materia (contenido, trabajo y/o prácticas), proporcionándole orientación, apoyo y motivación en el proceso de aprendizaje. Esta actividad se desarrollará de forma presencial, solicitando una tutoría, o no presencial a través del correo electrónico o del campus remoto.

Evaluación			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Lección magistral	Asistencia activa a las sesiones de teoría y presentación de un trabajo relacionado con el temario.	10	
Estudio de casos	Lecturas, casos, ejercicios, etc. sobre la materia. El alumnado debe presentar soluciones, en base a un razonamiento con la información disponible e interpretar los resultados.	20	B5 C26 D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D11 D12 D13 D15 D16 D17 D18
Examen de preguntas objetivas	Prueba/s para la evaluación de competencias adquiridas, con predominio de conceptos teóricos. Podrá incluir preguntas cerradas con diferentes alternativas de respuesta (verdadero/falso, elección múltiple, etc.), así como preguntas cortas, numéricas o de ensayo.	40	D3 D4 D5 D6 D7
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba/s para la evaluación de competencias adquiridas, con predominio de conceptos de las prácticas. Podrá incluir preguntas cerradas con diferentes alternativas de respuesta (verdadero/falso, elección múltiple, etc.), así como preguntas cortas, numéricas o de ensayo.	30	D3 D4 D5 D6 D10 D12 D17

Otros comentarios sobre la Evaluación

La materia forma parte del plan de estudios Grado en Comercio en extinción. Por lo tanto no habrá evaluación continua.

Habrá un prueba final que se realizará en la fecha oficial establecida en el calendario de exámenes.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Philip Kotler, Gary Armstrong, **Principios de marketing**, 17ª, Pearson Educación, 2018

Bibliografía Complementaria

Gary Armstrong, Philip Kotler, María Jesús Merino, Teresa Pintado, José María Juan, **Introducción al marketing**, 3ª, Pearson Educación, 2011

Roger A. Kerin et al., **Marketing**, 13ª, McGraw Hill, 2018

Miguel Santesmases Mestre et al., **Fundamentos de marketing**, 2ª, Pirámide, 2018

Philip Kotler, Gary Armstrong, **Fundamentos de marketing**, 13ª, Pearson Educación, 2017

Encarnación González et al., **Manual práctico de marketing**, 1ª, Pearson Educación, 2014

Philip Kotler, Hermawan Kartajaya y Iwan Setiawan, **Marketing 3.0 : [cómo atraer a los clientes con un marketing basado en valores]**, 4ª, Lid, 2018

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Marketing estratégico/V06G270V01403

Marketing internacional/V06G270V01603

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Principios de gestión responsable/V06G270V01103

Sociología: Sociología del consumo/V06G270V01105

DATOS IDENTIFICATIVOS**Estadística: Estadística**

Asignatura	Estadística: Estadística			
Código	V06G270V01205			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione FB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Estadística e investigación operativa			
Coordinador/a	Luaces Pazos, Ricardo			
Profesorado	Luaces Pazos, Ricardo			
Correo-e	rluaces@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	Materia introductoria el análisis de datos de la actividad comercial.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C21	CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Saber aplicar modelos probabilísticos para la interpretación de las distintas variables económicas.	C6 C21 C24

Contenidos

Tema	
TEMA 1. Analisis de datos del comercio	1.1 Estadística descriptiva. Frecuencias, gráficas. 1.2 Medidas de posición 1.3 Medidas de dispersión 1.4 Meddidas de forma 1.5 Medidas de concentración
Tema 4. Números índices	2.1 Índices simples 2.2 Índices complejos 2.3 Estudio de diversos Indices
TEMA 3. Relación entre variables	3.1 Correlación 3.2 Regresión lineal, Minimos cuadrados. 3.3 Bondad de ajuste 3.4 Regresión no lineal.
TEMA 4. Evolución temporal	4.1 Análisis de series temporales. 4.2 Medias móviles 4.3 Índices de variación estacional. 4.4 Métodos de suavizados exponenciales.
Tema 5. Principales distribuciones de probabilidade	5.1. Distribuciones discretas 5.2. Distribuciones continuas. 5.3 Teorema Central del Límite.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	27	53	80
Prácticas con apoyo de las TIC	22	48	70

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

Metodologías	
	Descripción
Lección magistral	Exposición con ayuda de diverso material impreso o proyectado de los principios teóricos de la materia.
Prácticas con apoyo de las TIC	Utilización de programas informáticos de estadística para el análisis de datos del comercio.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Lección magistral	Tutorías presenciales o tutorías a distancia en situaciones excepcionales provocadas por la COVID-19 (despacho virtual,faitic,...) previa concertación de cita.
Prácticas con apoyo de las TIC	Tutorías presenciales o tutorías a distancia en situaciones excepcionales provocadas por la COVID-19 (despacho virtual,faitic,...) previa concertación de cita.

Evaluación			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Lección magistral	Pruebas escritas para comprobar el conocimiento y comprensión de los conceptos y su interrelación	50	C6 C21 C24
Prácticas con apoyo de las TIC	Evaluación de la capacidad de análisis de datos mediante programas informáticos de tratamiento de datos.	50	C6 C21 C24

Otros comentarios sobre la Evaluación

EVALUACIÓN 1ª Y 2ª OPORTUNIDAD:

La materia forma parte del plan de estudios del Grado en Comercio en extinción, por lo tanto no habrá evaluación continua.

Los alumnos deberán examinarse de un examen final (teórico y práctico de ordenador) del conjunto de la materia en la convocatoria oficial publicada por el Centro.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

PEÑA,D, ROMO J., **INTRODUCCIÓN A LA ESTADÍSTICA PARA LAS CIENCIAS SOCIALES**, MC GRAW-HILL,
 CANAVOS, **PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA**, MC GRAW-HILL,
 MARTIN GUZMAN-MARTIN PLIEGO, **CURSO BÁSICO DE ESTADÍSTICA ECONÓMICA**, AC,
 MARTIN PLIEGO- RUIZ MAYA, **ESTADÍSTICA I: PROBABILIDAD**, AC,
 QUNTELA, A., **ESTADÍSTICA FÁCIL CON HOJA DE CÁLCULO**,

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Muestreo aplicado a la investigación de mercados/V06G270V01303

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Matemáticas: Matemáticas/V06G270V01104

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	Sáez Ocejo, José Luis			
Profesorado	Sáez Ocejo, José Luis			
Correo-e	jocejo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Esta asignatura continúa con el proceso empezado en "Fundamentos de Contabilidad" que se impartió en el 1º Curso del "Grado de Comercio" en el 2º cuatrimestre, por tanto una vez dominados los fundamentos metodológicos de la Contabilidad, las herramientas de la técnica contable y las normas de valoración elementales, se profundiza en las normas de elaboración de la información contable plasmada en las cuentas anuales, con el objeto de que éstas se conviertan en un instrumento útil a la hora de tomar decisiones en el ámbito empresarial de una forma coherente y fiable.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D12	CT12. Creatividad.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados previstos en la materia

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

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

Contenidos

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas de forma autónoma	10	21	31
Trabajo tutelado	2	13	15
Prácticas de laboratorio	6	33	39
Lección magistral	27	14	41
Resolución de problemas y/o ejercicios	4	20	24

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

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas 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.
Trabajo tutelado	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...
Prácticas de laboratorio	Realización de ejercicios prácticos en el aula, con supervisión docente, individual o en grupo.
Lección 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 de forma autónoma	Consistirá en la realización de ejercicios o problemas realizados por el alumno de forma autónoma y posteriormente corregidos y analizados en las clases prácticas, al objeto de ir consolidando los conocimientos teóricos aprendidos
Prácticas de laboratorio	Realización de ejercicios prácticos en el aula, con supervisión docente, individual o en grupo.

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje

Resolución de problemas de forma autónoma	Actividades en la que se formulan durante el curso a través de la realización de pruebas y ejercicios relacionados con la asignatura, tanto a nivel teórico como práctico. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de cuestiones, problemas y/o ejercicios de forma autónoma tanto presencial como semipresencial.	20	B1 B3 B5	C6 C20	D3 D6 D8 D12
Resolución de problemas y/o ejercicios	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen cuestiones, preguntas y ejercicios sobre aspectos concretos de la materia. Los estudiantes deben responder en base a los conocimientos adquiridos sobre la asignatura. Estas pruebas surgen de los Trabajos tutelados y de la resolución de problemas de forma autónoma llevados a cabo durante el período de docencia. Se realizarán 2 a lo largo del curso, según el proceso de evaluación continua, independientes de las convocatorias oficiales. Valor de cada prueba 40%.	80	B2	C24	D1 D4 D5 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

Modalidad A (Evaluación continua)

Aquellos alumnos que sigan el proceso de evaluación continua, deberán presentarse obligatoriamente a 2 pruebas sobre los contenidos teórico-prácticos de la materia, obteniendo para poder superar la misma una calificación mínima de 5, [cada prueba se valora con un 40%]. Si superan ambas pruebas estarán eximidos de la realización de una prueba final según lo previsto en el calendario oficial [convocatoria ordinaria y/o extraordinaria].

La calificación final se obtendrá del proceso de evaluación anteriormente descrito en la presente guía. Para ello, además, ha de justificar el 100% de la resolución de problemas de forma autónoma realizadas a lo largo del curso de forma presencial y/o semipresencial, además haber superado las 2 pruebas antes citadas.

Aquellos alumnos que siguiendo el proceso de evaluación continua, no se presenten a la prueba final (teniendo derecho de hacerla, por no haber superado las dos pruebas de la materia de contenido teórico-práctico) serán calificados como "No Presentado". Cualquier estudiante tiene derecho a renunciar a la evaluación continua. Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá dirigir un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia, con copia al coordinador/a del Grado (fc.organizacion@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende que el/la alumno/a sigue la evaluación continua

En el caso que algún estudiante supere 1 prueba y la otra no de las previas (de la resolución de problemas y/o ejercicios) y siempre que haya justificado el 100% de pruebas de "Resolución de problemas de forma autónoma" [que siga la modalidad de evaluación continua] se le aplicará para la nota en el acta de su evaluación global el proceso de evaluación continua presente, calificándole con la menor calificación entre la citada media y suspenso.

Para la convocatoria extraordinaria (julio) 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.

Para el seguimiento y calificación de la modalidad A (evaluación continua) el/la estudiante ha de justificar un 70% de asistencia presencial obligatoriamente computando tanto las sesiones teóricas como prácticas, condición que se mantendrá para optar a la realización de las pruebas citadas de "Resolución de problemas y ejercicios" a lo largo del curso. En caso contrario se le evaluará por la modalidad B (Evaluación no continua).

Modalidad B (Evaluación no continua)

Aquellos alumnos que no sigan el proceso de 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. Alternativamente se puede renunciar explícitamente a la evaluación continua solicitándolo por escrito al profesor de la materia, antes de la 3ª semana de docencia, situación que será irreversible.

Los alumnos que concurran a la segunda convocatoria extraordinaria (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.

Al igual que en convocatorias previas, los estudiantes que siguiendo el proceso de evaluación continua, no se presenten a la 2ª convocatoria extraordinaria de julio (teniendo derecho de hacerla, por no haber superado las dos pruebas de la materia de contenido teórico-práctico) serán calificados como "No Presentado"

Siempre y cuando el o la estudiante haya superado la materia según los criterios antes descritos, se sumará a la nota que haya obtenido un máximo de 1 punto por la participación en actividades internas o externas que eventualmente tengan

lugar durante el cuatrimestre en que se imparta la materia, y que el profesorado de esta materia considere de interés. Podrá tratarse de actividades organizadas por el centro, la universidad, u otras entidades, como visitas a empresas, charlas, mesas redondas, conferencias, talleres, seminarios, o similares.

Para ello, el profesorado de la materia comunicará previamente al alumnado por los medios habituales (en horas presenciales o por otros medios habilitados) aquellas actividades en las que la participación supondrá un incremento de la nota. Se bonificará la participación en cada actividad con 0,25 puntos, y hasta un máximo de 1 punto; en cualquier caso la nota final de la materia no podrá superar el máximo de 10.

El alumnado deberá aportar algún documento acreditativo de su participación en cada actividad que desee que se le contabilice en los plazos indicados por la persona que coordina la materia. En el caso de actividades organizadas por el centro, éste se encargará de recopilar dicha información y trasladarla al profesorado.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

ICAC, **Plan General de Contabilidad y de PYMES. R.D. 1514/2007 y R.D. 1515/2007 y adaptación al R.D. 1159/2010**, 16ª, Pirámide,

Cantorna Agra, Sara; José Manuel Maside Sanfiz, y Mª América Álvarez Domínguez, **Contabilidad Financiera 2ª Edición Fundamentos teóricos y casos prácticos**, 2ª, Garceta, 2021

Bibliografía Complementaria

Saéz Ocejo, J.Luis, **Fundamentos de contabilidad financiera**, 1ª, Andavira,

Cervera Oliver. M. y otros, **Contabilidad Financiera**, 5ª, CEF, 2022

González Sánchez, Mariano, **Contabilidad Financiera Superior Operaciones societarias con instrumentos financieros**, 1ª, Sanz y Torres, S.L., 2023

González Navarro, E.; J. L. Domínguez; A. Mª González; M. F. Losilla; J. J. Melús ; J. Osés, **Normas de valoración del PGC Aplicación práctica**, 1ª, Garceta,

Angel Alonso Pérez y Raquel Pousa Soto, **Casos prácticos de la reforma contable 2021. Casos prácticos de la reforma contable 2021: Actualizado a la reforma del PGC 2021**, 1ª, CISS. Wolters Kluvert,

Vela Bargues y otros, **Fundamentos de contabilidad financiera**, 1ª, Pirámide, 2022

Ayats Vilanova, A., **Comentarios y casos prácticos del Plan General de Contabilidad**, 4ª, CEF, 2022

González García, V., **CONTABILIDAD FINANCIERA: EL PLAN GENERAL DE CONTABILIDAD**, Pirámide, 2022

Jiménez Cardoso, Sergio, **Copntabilidad Financiera. Notas técnicas y casos resueltos**, Pirámide, 2022

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

F. Azcárate Llanes, y M. Fernández Chulián, **Operaciones contables avanzadas**, 1ª, Pirámide, 2021

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

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Presentación e interpretación de la información financiera/V06G270V01601

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

DATOS IDENTIFICATIVOS**Derecho mercantil**

Asignatura	Derecho mercantil			
Código	V06G270V01302			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 2	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Derecho privado			
Coordinador/a	Torres Pérez, Francisco José			
Profesorado	Torres Pérez, Francisco José			
Correo-e	ftorres@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	Derecho mercantil es una materia que se imparte en el primer cuatrimestre del segundo curso del Grado en Comercio. En ella se examinan, desde una perspectiva jurídica, la figura del empresario en el mercado; su estatuto jurídico, formas de organización jurídica y las normas que rigen su actuación en el mercado. Estos conocimientos permitirán al alumnado apreciar que el mercado es un espacio reglamentado por normas jurídicas, donde actúan sujetos que tienen derechos y asumen obligaciones exigibles ante los tribunales.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código				
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.			
C9	CE9. Conocer las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil, adquiriendo capacidad para entender e informar sobre los principales aspectos jurídico-empresariales.			
C16	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.			
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.			
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.			
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.			
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.			
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.			
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.			
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.			
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.			
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.			
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.			

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
(*)Manejar, procesar, interpretar y *avaliar la información, documentación y demás instrumentos de orden jurídico que se genere en los diferentes contextos y actividades del comercio.	B3	C9 C16	D3 D4 D5 D6 D7 D9 D13 D15 D18
(*)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.	B3	C9 C16	D5 D17 D18

Contenidos

Tema			
I: Introducción a la normativa mercantil. Estatuto jurídico del empresario	1.1. Introducción a la normativa mercantil.		
	1.2. Fuentes del Derecho Mercantil.		

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 mercantiles.	4.1. Teoría general de las sociedades mercantiles. 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. Ladisolución y liquidación en las sociedades anónima y limitada. Las modificaciones estructurales de las sociedades mercantiles.	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 contratos mercantiles 10.2. Tipología de los contratos mercantiles. 10.3. Introducción a los títulos valores.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Examen de preguntas objetivas	1	7	8

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

Metodologías

Descripción

Atención personalizada

Pruebas	Descripción
Examen de preguntas objetivas	

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Examen de preguntas objetivas	Al final del cuatrimestre habrá un examen que consistirá en el planteamiento al alumno de un test formado por preguntas de cuatro alternativas donde solamente una será válida. Además podrá incluir otro tipo de preguntas.	100	

Otros comentarios sobre la Evaluación

EVALUACIÓN 1ª Y 2ª OPORTUNIDAD:

La materia forma parte del plan de estudios del Grado en Comercio en extinción, por lo tanto no habrá evaluación continua.

Los alumnos deberán examinarse de un examen final del conjunto de la materia en la convocatoria oficial publicada por el Centro

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Muestreo aplicado a la investigación de mercados**

Asignatura	Muestreo aplicado a la investigación de mercados			
Código	V06G270V01303			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Estadística e investigación operativa			
Coordinador/a	Luaces Pazos, Ricardo			
Profesorado	Luaces Pazos, Ricardo			
Correo-e	rluaces@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	Estudio del diseño y análisis de encuestas en el ámbito de la investigación comercial			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
C15	CE15. Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio, así como el diseño y análisis de encuestas mediante muestreo probabilístico para la realización de estudios de mercado.
C21	CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Saber aplicar los procedimientos inferenciales para la estimación de las principales características poboacionais y la verificación de las hipótesis formuladas.	C15 C21 C24
Saber diseñar un estudio estadístico, en el campo de la investigación comercial, mediante una encuesta por muestreo probabilístico.	C15 C21 C24
Saber analizar la información obtenida mediante encuestas mediante la aplicación de distintos procedimientos estadísticos.	C15 C21 C24

Contenidos

Tema	
TEMA 1. Introducción a la Inferencia Estadística	1.1 Distribución Normal y distribuciones relacionadas 1.2 Teorema Central del límite. 1.3 Muestreo. Estimación puntual y por intervalos 1.4 Pruebas de Hipótesis
TEMA 2. Muestreo de unidades elementales.	2.1. Muestreo aleatorio simple; Estimación 2.2 Medias 2.3 Total 2.4. Proporciones
TEMA 3. Muestreo estratificado y por conglomerados	3.1 Muestreo estratificado 3.2 Muestreo por conglomerados
TEMA 4. Diseño de encuestas	4.1 Diseño de encuestas 4.2 Tipos de encuestas
TEMA 5. Análisis de datos de encuestas	5.1. Análisis unidimensional 5.2. Análisis bidimensional. 5.3. Análisis multidimensional. 5.4. Clasificación, segmentación.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	45	101	146
Examen de preguntas de desarrollo	2	2	4

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Clases teóricas y prácticas

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	

Pruebas	Descripción
Examen de preguntas de desarrollo	

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Examen de preguntas de desarrollo	(*)Exame de cuestiones teóricas e de ejercicios prácticos	100	C15 C21 C24

Otros comentarios sobre la Evaluación

EVALUACIÓN 1ª Y 2ª OPORTUNIDAD:

La materia forma parte del plan de estudios del Grado en Comercio en extinción, por lo tanto no habrá evaluación continua.

Los alumnos deberán examinarse de un examen final del conjunto de la materia en la convocatoria oficial publicada por el Centro.

Fuentes de información**Bibliografía Básica**

PEREZ, C, **TECNICAS DE MUESTREO ESTADÍSTICO**, GARCETA, 2010

PEREZ LOPEZ, C, **MUESTREO ESTADÍSTICO. CONCEPTOS Y PROBLEMAS RESUELTOS**, PRENTICE HALL, 2005

MANZANO, V..G., **MANUAL PARA ENCUESTADORES**, ARIEL, 1996

SANTESMASES M., **DISEÑO Y ANALISIS DE ENCUESTAS**, PIRAMIDE, 2008

SCHEAFFER, R., **ELEMENTOS DE MUESTREO**, THOMSON, 2007

AZORIN F., **MÉTODOS Y APLICACIONES DEL MUESTREO**, ALIANZA UNIVERSIDAD, 1986

RODRIGUEZ OSUNA, J, **MÉTODOS DE MUESTREO**, CIS, 2001

BOZA CHIRINO, J., **INTRODUCCIÓN A LAS TÉCNICAS DEL MUESTREO**, PIRAMIDE, 2016

Bibliografía Complementaria**Recomendaciones****Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

Estadística: Estadística/V06G270V01205

Matemáticas: Matemáticas/V06G270V01104

DATOS IDENTIFICATIVOS**Idioma comercial: Inglés**

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

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
--------	--

Resultados previstos en la materia

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

Contenidos

Tema	
Introductory Unit: Facts and Figures	Writing, reading, and presenting facts and numbers correctly. Understanding symbols and abbreviations. Expressing numbers and calculations. Saying dates, websites and email addresses.
1. Company and Job.	Describing companies and jobs (position and responsibilities). Company Structure.
2. Professional Presentations: Presenting with Impact.	Delivering impactful presentations. Structuring your presentation: Introducing yourself and your talk. Establishing credibility. Rapport building. Identifying ways of organizing a presentation. Linking the parts. Closing and finishing with impact. Non-verbal communication: Importance of body language, voice power and use of space. Describing Trends. Describing and referring to visual aids.
3. Socializing and Business Protocol: Building a Relationship.	Welcoming visitors to your company. Making small talk. Inviting, accepting or declining. Cross-cultural understanding. Culture and entertainment.
4. Business telephoning.	Taking and leaving messages. Exchanging information over the phone. Problem solving.
5. Business Correspondence: Writing Emails.	Writing effective e-mails with appropriate formatting. Recognizing and producing formal and informal language in emails. Writing effective openings and closings. Handling style, tone and voice.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Lección magistral	26	61	87
Prácticas de laboratorio	22	40	62

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

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	El alumnado tendrá un seguimiento continuo durante las clases. La atención personalizada se realizará durante el horario de tutorías que el profesor detallará en la sesión inicial del curso. El alumnado deberá fijar una cita con el profesor dentro de este horario y a través del correo electrónico. En estas tutorías el alumnado podrá resolver dudas, hacer sugerencias y reforzar con el profesor aspectos prácticos de la materia. En cualquier circunstancia de docencia (presencial, online o mixta) las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, campus remoto), bajo la modalidad de concertación previa. En la medida de lo posible, se atenderán estas solicitudes de tutorización no presencial en un plazo máximo de tres días hábiles.
Prácticas de laboratorio	El alumnado tendrá un seguimiento continuo durante las clases. La atención personalizada se realizará durante el horario de tutorías que el profesor detallará en la sesión inicial del curso. El alumnado deberá fijar una cita con el profesor dentro de este horario y a través del correo electrónico. En estas tutorías el alumnado podrá resolver dudas, hacer sugerencias y reforzar con el profesor aspectos prácticos de la materia. En cualquier circunstancia de docencia (presencial, online o mixta) las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, campus remoto), bajo la modalidad de concertación previa. En la medida de lo posible, se atenderán estas solicitudes de tutorización no presencial en un plazo máximo de tres días hábiles.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Lección magistral	Prueba de evaluación final escrita que tendrá lugar en la última clase de teoría y que abarcará la totalidad de los contenidos de la materia.	40	
Prácticas de laboratorio	Presentación y exposición de trabajos, tareas y ejercicios para poner en práctica las destrezas lingüísticas y habilidades comunicativas en inglés. En estas pruebas el/la docente recogerá los resultados de las actividades o proyectos llevados a cabo por el estudiante a lo largo del curso. Estas actividades serán orales y escritas y podrán ser en grupo y/o individuales. El porcentaje asignado es el siguiente: - Presentación oral de un trabajo: 30% - Entrega de actividades puntuales: 30%	60	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Existen dos sistemas de evaluación: continua y global (única).

PRIMERA EDICIÓN DE ACTAS

Modalidad de evaluación continua:

Para la **evaluación continua** computarán los siguientes parámetros obligatorios (con ponderación en la calificación final):

- 1) Entrega de actividades puntuales (30% - resolución de ejercicios, etc.) que la profesora solicite realizar dentro o fuera del aula.
- 2) Prueba oral final (30%): Examen oral que tendrá lugar en la última clase de prácticas. Esta prueba abarcará los contenidos de la materia y en ella se evaluará la expresión oral.
- 3) Prueba escrita final (40%): Examen que tendrá lugar en la última clase de teoría. Esta prueba abarcará todos los contenidos teóricos y prácticos explicados a lo largo del cuatrimestre.

Para aprobar la materia en evaluación continua es requisito indispensable obtener en las pruebas (2) y (3) una calificación mínima de 4 (sobre 10). De no ser el caso, la materia estaría suspensa con una nota máxima de 4,5 (sobre 10), aunque la media aritmética de las dos pruebas sea 5 o superior.

Quienes no cumplan estos requisitos, se considerará que no siguen la modalidad de evaluación continua. Por tanto, serán evaluados por la modalidad para alumnado que no siga la evaluación continua.

Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá dirigir un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia, con copia al coordinador/a del Grado (fc.organizacion@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende que el/la alumno/a sigue la evaluación continua, renunciando a la evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre.

Modalidad de evaluación global: La evaluación única consistirá en la realización en la primera edición de las actas una prueba que supondrá el 100% de la calificación final. Esta prueba consistirá en una parte escrita que supondrá el 50% de la calificación final y una parte oral (50%). La prueba tendrá lugar en el período de exámenes en la fecha oficial aprobada por la Junta de Centro y publicada en la web institucional (fc.organizacion@uvigo.es).

SEGUNDA EDICIÓN DE ACTAS

Modalidad de evaluación continua: El alumnado que en la primera oportunidad (primera edición de las actas) obtenga una calificación inferior a 4 en alguna(s) de las parte(s) deberá repetir la(s) parte(s) correspondientes en el examen de julio del curso académico actual para poder aprobar la totalidad de la materia. De no superar la materia en dicha convocatoria, el alumnado deberá examinarse de la totalidad de la materia en cursos posteriores, con la excepción de la convocatoria extraordinaria de septiembre. El examen tendrá lugar en la fecha oficial aprobada por la Junta de Centro y aprobada en la web institucional (<https://fcomercio.uvigo.es/>).

Modalidad de evaluación global: Prueba final única de toda la materia que representará el 100% de la calificación, dividida en 50% la parte escrita y 50% la parte oral. Tendrá lugar en la fecha oficial aprobada por la Junta de Facultad y publicada en la web institucional (<https://fcomercio.uvigo.es/>).

N.B.: En caso de cualquier tipo de plagio la calificación final será de suspenso. Alegar desconocimiento de lo que supone un plagio no eximirá al alumnado de su responsabilidad.

PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Siempre y cuando el alumnado haya superado la materia según los criterios antes descritos, sumará a la nota que haya obtenido un máximo de 1 punto por la participación en determinadas actividades externas que eventualmente tengan lugar durante el cuatrimestre en que se imparta la materia, y que la profesora de esta materia considere de interés. Podrá tratarse de actividades organizadas por el centro, la universidad, u otras entidades, con visitas a empresas, charlas, mesas redondas, conferencias, talleres, seminarios, o similares.

Para ello, la profesora de la materia comunicará previamente al alumnado por los medios habituales (en horas presenciales o por MooVi) aquellas actividades en las que la participación supondrá un incremento de la nota. Se bonificará la participación en cada actividad con 0,25 puntos, y hasta un máximo de 1 punto; en cualquier caso, la nota final de la materia no podrá no podrá superar el máximo de 10.

El alumnado deberá aportar algún documento acreditativo de su participación en cada actividad que desee que se le contabilice en los plazos indicados por la persona que coordine la materia. En el caso de las actividades organizadas por el centro, éste se encargará de recopilar dicha información y trasladarla a la profesora.

Bibliografía Complementaria

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

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

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

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

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

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

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

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

Bruce, **Telephoning**, Longman, 1987

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Diccionario Multilingüe de Términos Comerciales, Harrap's,

Oxford Dictionary of Business English, Oxford University Press,

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

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

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

Recomendaciones

Otros comentarios

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

Aunque también se trabajarán ciertas competencias de los niveles iniciales, no se partirá de un conocimiento cero de la lengua inglesa.

Al finalizar el curso, el alumnado habrá avanzado hacia un nivel intermedio avanzado (B1.1) con competencias específicas en inglés comercial.

Se recomienda el uso de los recursos de la biblioteca y de la plataforma.

En la evaluación se tendrá en cuenta en el sólo la pertinencia y calidad del contenido de las respuestas sino también su corrección lingüística.

Es responsabilidad del estudiantado consultar los materiales disponibles en la plataforma (novedades, documentos, calificaciones, etc.) y estar al tanto de los avisos y de las fechas de realización de las diferentes pruebas.

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	Alemán			
Impartición	Castellano			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	Barsanti Vigo, María Jesús			
Profesorado	Barsanti Vigo, María Jesús			
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>			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
C18	CE18. Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.

Resultados previstos en la 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).	C18
CE18. Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.	C18
CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.	C18
CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.	C18
CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.	C18

Contenidos

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

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	2	0	2
Lección magistral	25	50	75
Resolución de problemas de forma autónoma	12	24	36
Resolución de problemas	10	25	35
Resolución de problemas y/o ejercicios	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.
Lección 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 de forma autónoma	El alumno realizará ejercicios de tipo práctico sobre cuestiones gramaticales y léxicas.
Resolución de problemas	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	En las horas prácticas de la asignatura
Resolución de problemas de forma autónoma	En las horas de trabajo autónomo del alumno

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Lección magistral	Valoración continua de la participación y del aprendizaje	40	C18
Resolución de problemas de forma autónoma	Valoración global de las actividades de repaso	20	C18
Resolución de problemas y/o ejercicios	Examen final escrito	40	C18

Otros comentarios sobre la Evaluación

1ª convocatoria:

La evaluación y la consiguiente calificación del trabajo del

alumnado se llevará a cabo con un procedimiento de evaluación continua de acuerdo con los porcentajes descritos más arriba. El examen final escrito se realizará la última semana de clase. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 4 para optar a superar la materia. Los alumnos pueden renunciar a la evaluación continua: para ello presentaran un escrito indicando su expreso deseo de renuncia durante el primer mes de clase; la evaluación de la asignatura la obtendrán de la calificación alcanzada en un examen único final con el total del contenido de la asignatura. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 5 para superar la materia.

2ª Convocatoria junio-julio Examen teórico-práctico escrito de los contenidos del curso por el 100% de la calificación. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 5 para superar la materia.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Hueber, **Menschen. Deutsch als Fremdsprache Berufstrainer**, Hueber, 2020

Langenscheidt, **Diccionario Moderno Alemán. Español/Alemán. Alemán/Español**, Langenscheidt, 2019

Bibliografía Complementaria

Castell, Andreu, **Gramática de la lengua alemana**, Editorial idiomas, S. L., 2024

Hering, Axel und Matussek, Magdalena, **Geschäftskommunikation. Schreiben und Telefonieren**, Max Hueber Verlag, 1996

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

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			
Descriptor	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua Impartición	#EnglishFriendly Castellano Gallego			
Departamento	Informática			
Coordinador/a	Rodríguez Damian, María			
Profesorado	Rodríguez Damian, María			
Correo-e	mrdamian@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal			
Descripción general	Conceptos básicos de hardware y software. Estructura funcional del computador. Redes de ordenadores. Seguridad de la información, firma electrónica. El ordenador en el sistema de información. Conocer y manejar aplicaciones Cloud.			
	Materia del programa English Friendly: Los/as estudiantes internacionales podrán solicitar al profesorado: a) materiales y referencias bibliográficas para el seguimiento de la materia en inglés, b) atender las tutorías en inglés, c) pruebas y evaluaciones en inglés.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código

Resultados previstos en la materiaResultados previstos en la materia Resultados de Formación y Aprendizaje**Contenidos**

Tema	
1 El ordenador	1.1. Hardware 1.2. Software
2 Internet	2.1 Conceptos básicos 2.2 Redes y empresa 2.3 Tipologías 2.4 Almacenamiento virtual
3 Manipulación de datos en la informática	3.1. Estructuras básicas de datos 3.2. Hojas de cálculo 3.3. Bases de datos 3.4. Herramientas para la gestión de proyectos 3.5. Herramientas para el análisis de datos
4 Comercio electrónico y documentación electrónica	4.1. El comercio electrónico y sus tipos 4.2. Documentación electrónica 4.3. Facturación electrónica 4.4. Pasarelas de Pago 4.5. Tipo de Licencias
5 Seguridad informática	5.1. Seguridad individual 5.2. Seguridad básica en la empresa 5.3. Encriptación 5.4. Firma electrónica
6 Legislación sobre información aplicable la empresa	6.1. LOPD 6.2. LSSI 6.3. Otra legislación aplicable a la empresa
7 Herramientas para la confección de materiales gráficos	7.1. Manipulación y conversiones con ficheros 7.2. Diseño de materiales 7.3. Utilización de software diverso
8 La IA y su aplicación en la empresa	8.1. Conceptos Básicos 8.2. Oportunidades y ejemplos de aplicación

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales

Resolución de problemas y/o ejercicios	2	127	129
Examen de preguntas objetivas	1	20	21

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

Metodologías

Descripción

Atención personalizada

Pruebas	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Las sesiones de tutorización podrán ser individuales o grupales y pueden realizarse a través de medios telemáticos, como el correo electrónico, videoconferencias, foros de Moovi, el despacho virtual, presenciales o el Campus Remoto, siempre bajo la modalidad de cita previa.
Examen de preguntas objetivas	Las sesiones de tutorización podrán ser individuales o grupales y pueden realizarse a través de medios telemáticos, como el correo electrónico, videoconferencias, foros de Moovi, el despacho virtual, presenciales o el Campus Remoto, siempre bajo la modalidad de cita previa.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se llevará a cabo una única prueba, la cual incluirá ejercicios propuestos por el profesor. Estos deberán resolverse utilizando el ordenador y/o los recursos proporcionados por la facultad. La prueba se realizará en la fecha establecida por la institución y tendrá un valor del 80% de la calificación final.	80	
Examen de preguntas objetivas	Se realizará una prueba el mismo día que la actividad de Resolución de problemas y/o ejercicios. Esta prueba estará enfocada en los contenidos teóricos de la asignatura y se llevará a cabo utilizando el ordenador y/o los recursos proporcionados por la facultad. Su valor será del 20% de la calificación final.	20	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Evaluación

Evaluación continua

Al ser una materia de plan extinguido, no contará con evaluación continua.

Examen global

La evaluación consistirá en una única prueba compuesta por dos partes. Una de ellas estará centrada en la aplicación práctica de los contenidos de la asignatura y consistirá en la resolución de ejercicios propuestos por el profesor, representando el 80% de la calificación final. La otra parte se enfocará en los contenidos teóricos y tendrá un valor del 20% de la nota. Ambas se desarrollarán el mismo día, con el apoyo del ordenador y/o los recursos facilitados por la facultad, en la fecha que esta determine.

Las fechas de los exámenes oficiales pueden consultarse en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

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

Bibliografía Complementaria

Pérez Villa, Juan Diego, **Introducción a la informática. Guía visual**, Anaya Multimedia, 2022

Saravanan G, Kani Selvi V, **Easy learning: Computer Hardware, Operating Systems, E-Services**, LAP LAMBERT Academic Publishing, 2020

Antonio Postigo Palacios, **Bases de datos**, Ediciones Paraninfo, 2021

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

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

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

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

Kurose, James F., **Redes de computadoras : un enfoque descendente**, Pearson Educación, 2017

Excel 2016, ENI, 2016

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

Lara Torralbo, Juan Alfonso, **Business Intelligence**, 1ª Edición, 2016

Recomendaciones

Otros comentarios

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

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

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	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Profesorado	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	pilar.munoz@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Fundamentos de la contabilidad de costes, el coste y su repercusión en el valor de las existencias y en cálculo del resultado del ejercicio (elementos del coste del producto, sistemas de acumulación y métodos de cálculo.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.
C20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D12	CT12. Creatividad.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Resultados previstos en la 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.	C19	D6
A20 CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.	C20	D8 D12 D17

Contenidos

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

TEMA 6. Los costes indirectos. La problemática de asignación.	<p>Concepto de coste indirecto. Tipología de costes indirectos. La capacidad y el coste indirecto; la espiral de la muerte. La generación de valor a través del proceso productivo. La asignación del coste en el proceso productivo. Las unidades de obra. Métodos de asignación del coste de las secciones auxiliares. La imputación de los costes indirectos a los productos.</p>
(*)TEMA 7. La producción común y conjunta.	<p>(*)1. Introducción. 2. Clases de costes indirectos de producción. 3. Problemática de la imputación de los costes indirectos. 4. Métodos para el cálculo y el control de los costes indirectos. 5. La producción común y conjunta. 6. La asignación. 7. Los procesos de producción múltiple, común y conjunta. 8. Los costes en producción múltiple. 9. Métodos de asignación de costes conjuntos.</p>
TEMA 8. 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 9. El cálculo del margen y la presentación del resultado según el propósito perseguido.	<p>Margen y rentabilidad Margen bruto full cost vs. direct costing y cuenta de resultados. Margen contribución; cuenta de resultados estructura direct costing modelo tradicional y "evolucionado" Margen funcional y cuenta resultados funcional. Margen sobre la inversión y sobre recursos propios.</p>

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	14	28	42
Presentación	14	28	42
Resolución de problemas	11	21	32
Resolución de problemas de forma autónoma	0	24	24
Trabajo tutelado	7	0	7
Examen de preguntas objetivas	2	0	2
Práctica de laboratorio	1	0	1

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

Metodologías

	Descripción
Lección 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.
Presentación	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	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 de forma autónoma	De forma autónoma, el alumnos preparará los ejercicios, contenidos en los temas, como práctica de los contenidos teóricos adquiridos.
Trabajo tutelado	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
Trabajo tutelado	El trabajo del alumno, en grupo o individual, es tutorizado por el profesor según horario publicado en la página web del centro. Esa tutorización (presencial, online o mixta) podrá realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros faitic...) bajo la modalidad de concertación previa. Esas solicitudes de tutorización no presencial se atenderán en el plazo más breve posible.
Presentación	La presentación de los ejercicios y del proyecto realizada por los grupos del trabajo es evaluada por el profesor según lo items que se describen en la evaluación.

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Presentación	Valoración del grado de asimilación, claridad expositiva, de síntesis y de presentación de 4 ejercicios de los temas asignados de forma individual o en grupo y de las respuestas dadas a las preguntas del profesor.	27.5	C19 C20	D6 D8 D12 D17
Trabajo tutelado	Valoración de la originalidad, consistencia, entidad y facilidad de uso del modelo desarrollado.	17.5	C19 C20	D6 D8 D12 D17
Examen de preguntas objetivas	Realización de preguntas tipo test o abiertas sobre el tema que corresponda a la sesión y a lo largo del curso. Los errores puntúan en negativo.	17.5	C19 C20	D6 D12 D17
Práctica de laboratorio	Realización de dos exámenes teóricos a lo largo del curso y un examen práctico a la conclusión de la materia.	37.5	C19 C20	D6 D12 D17

Otros comentarios sobre la Evaluación

El estudiante tiene derecho a ser evaluado mediante evaluación continua o evaluación global (examen que se celebre en las convocatorias oficiales), pero **no a ambas**.

La presentación a **alguna** de las pruebas de evaluación continua servirá como justificante de la elección por parte del estudiante a esta opción de evaluación. Realizada alguna de las pruebas evaluables de evaluación continua no será aceptada la renuncia a esta opción de evaluación salvo causa de fuerza mayor debidamente justificada.

Evaluación continua:

Consta de cinco ítems evaluables agrupados en teoría y práctica; teoría los dos primeros y práctica los tres últimos: 1.- Cuestionario tipo test, uno por cada tema del temario a realizar exclusivamente en el aula (17,50 pts.). 2.- Dos cuestionarios tipo test, uno a mitad de curso (temas 1 al 4) y otro al final (temas 5 al 9) a realizar exclusivamente en el aula (18,00 pts.). 3.- Una prueba de ejercicios al finalizar el curso (19,50 pts.). 4.- Elaboración y presentación de 4 ejercicios en grupo (27,50 pts.). 5.- Elaboración y presentación de un proyecto final en grupo (17,50 pts.).

Las pruebas tipo test, a realizar a través de la plataforma Moovi, se realizan exclusivamente en el aula. El incumplimiento de este requisito supondrá la calificación de 0 (cero) en la calificación de la materia.

Calificación mínima requerida en cada ítem para superar evaluación continua: 3 (sobre 10)

Cumpliendo los requisitos de calificación mínima obtenida en cada ítem:

- la calificación final se obtendrá por la suma de la puntuación obtenida en cada uno de los 5 ítems evaluables
- el estudiante que no supere la teoría y/o la práctica podrá recuperarlas en el examen de la convocatoria ordinaria y/o de 2ª oportunidad.

No existirá derecho a recuperación en el examen de convocatoria ordinaria y/o 2ª oportunidad si no se obtiene la calificación mínima requerida en evaluación continua siendo preciso entonces para superar la materia presentarse a otra convocatoria con la totalidad de la materia.

Evaluación global

Para superar la materia será preciso realizar un **examen teórico/práctico en las fechas de la convocatoria oficial** y tanto en primera como en 2ª oportunidad. **La calificación** se obtendrá, con la **ponderación que se determine, por media de las pruebas de teoría y práctica**. Al igual que en evaluación continua, en el examen práctico será preciso puntuar en cada uno de los ejercicios.

Las fechas de los exámenes oficiales, pueden consultarse en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

Alvarez-Dardet Espejo, M^ªC. y Gutierrez Hidalgo, F., **Contabilidad de gestión; profundización en el cálculo del coste y proceso de planificación y control**, 2010,

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

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

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204

Informática aplicada a la gestión comercial/V06G270V01307

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

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

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

Resultados de Formación y Aprendizaje

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

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

Resultados previstos en la materia

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

Contenidos

Tema

Fundamentos básicos: Función financiera y decisiones de inversión en la empresa

Estructura de la empresa: Análisis de la inversión, financiación y el ciclo económico

Decisiones de inversión en condiciones de certeza

Decisiones de inversión e incertidumbre

Procesos secuenciales de inversión

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Examen de preguntas de desarrollo	1	48	49
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	99	101

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

Metodologías

Descripción

Atención personalizada

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Examen de preguntas de desarrollo	Evaluación de preguntas directas sobre en las que alumnos deben responder de manera directa y breve en base a los conocimientos que tienen sobre la materia.	36	B1	C4	D1
			B2	C6	D3
			B3	C19	D4
			B4	C20	D5
			B5	C21	D6
			B6	C22	D8
				C24	D9
					D10
					D11
					D12
					D13
					D14
					D15
					D16
					D17
					D18
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno/ debe solucionar una serie de problemas y/o ejercicios en un tiempo/condiciones establecido/as por el profesor/a. Para ello, debe aplicar los conocimientos adquiridos.	64	B1	C4	D1
			B2	C6	D3
			B3	C19	D4
			B4	C20	D5
			B5	C21	D6
			B6	C22	D8
				C24	D9
					D10
					D11
					D12
					D13
					D14
					D15
					D16
					D17
					D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

La materia forma parte del plan de estudios Grado en Comercio en extinción. Por tanto, no habrá evaluación continua.

El alumno/a será evaluado a través de un examen global que se realizará en la fecha oficial establecida en el calendario de exámenes.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Pindado García, J., **Finanzas Empresariales**, Madrid, 2012,

Pisón Fernández, I., **Dirección y Gestión Financiera de la Empresa.**, Madrid, 2001,

Suarez Suarez, A., **Decisiones óptimas de inversión y financiación.**, Madrid, 2014,

Bibliografía Complementaria

Blanco Ramos, F. y Ferrando Bolado, M., **Dirección Financiera I. Selección de inversiones.**, Madrid, 2006.,

Fernández Alvarez, A.I., **Introducción a las Finanzas**, Madrid, 1994,

Hayat, S. y San Millán, A., **Finanzas en excel.**, Madrid, 2006,

Mascareñas Pérez Iñigo, J., **Finanzas para directivos.**, Madrid, 2010,

Valladolid González, E.; Azofra Palenzuela, V., **Prácticas de Dirección Financiera.**, Madrid, 2002,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

Estadística: Estadística/V06G270V01205

Contabilidad financiera/V06G270V01301

DATOS IDENTIFICATIVOS**Marketing estratégico**

Asignatura	Marketing estratégico			
Código	V06G270V01403			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimstre
	6	OB	2	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Departamento Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Monteagudo Cabaleiro, Antonio			
Profesorado	Monteagudo Cabaleiro, Antonio			
Correo-e	antonio.monteagudo@gmail.com			
Web	http://secretaria.uvigo.gal/docnet-nuevo/guia_docent/index.php?centre=306&ensenyament=V06G270V01&assignatura=V06G270V01403&any_academic=2020_21			
Descripción general	<p>Marketing Estratégico se plantea como continuación de la asignatura "Empresa: Fundamentos de marketing" (1º curso, 2º cuatrimestre), en la que el alumnado tiene la oportunidad de descubrir y conocer la disciplina del marketing desde la dirección de la empresa, es decir, como sistema de pensamiento y como gestión estratégica de herramientas y procedimientos.</p> <p>El objetivo de esta asignatura es profundizar en el estudio de lo que abarca y significa el marketing desde una perspectiva principalmente estratégica. Se pretende que el alumnado entienda cuáles son las tareas y acciones necesarias para llevar a cabo la planificación estratégica del área comercial de la empresa y conozca las nuevas técnicas y herramientas de marketing que se han desarrollado a lo largo de estos últimos años y que dan soporte a dicho objetivo.</p> <p>De este modo, se dotará al alumnado de los conocimientos necesarios que le permitan desarrollar puestos en la dirección de la organización con el fin de implementar los planes de marketing estratégico que sirvan de guía para las acciones comerciales de la empresa en el largo plazo.</p>			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C7	CE7. Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.
C14	CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Aplicación de conocimientos de Marketing Estratégico a la resolución de casos y situaciones reales de empresa.	B2	C14
	B3	C24
	B6	C26

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

Contenidos

Tema	
TEMA 1. ESTRATEGIA Y MARKETING	1.1. Concepto de estrategia 1.2. La dirección estratégica 1.3. Estrategia y Marketing 1.4. Orientación al mercado 1.5. Actividades de Marketing en la empresa 1.6. El proceso de planificación estratégica 1.7. Tendencias: big data, business intelligence, IA, IoT 1.8. Mujer y publicidad: El sexismo en las comunicaciones comerciales
TEMA 2. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DEL MERCADO DE REFERENCIA	2.1. Concepto de producto 2.2. Mercado de referencia, mercado relevante y producto-mercado 2.3. Segmentación y posicionamiento 2.4. Evaluación del atractivo de mercado 2.5. Análisis de la competencia
TEMA 3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE LA CARTERA DE PRODUCTOS	3.1. Cartera de productos: Concepto y modelos de análisis 3.2. Matriz crecimiento- Cuota de mercado 3.3. Matriz atractivo de mercado - competitividad de la empresa 3.4. Análisis DAFO
TEMA 4. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO Y COMPETITIVAS	4.1 Estrategias genéricas 4.2 Estrategias de crecimiento 4.2.1 Estrategias de crecimiento intensivo 4.2.2 Estrategias de crecimiento diversificado 4.5 Estrategias de expansión internacional 4.6 Estrategias competitivas
TEMA 5. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	5.1. Caracterización y tipología de nuevos productos 5.2. Proceso de desarrollo de nuevos productos 5.3. Dirección del proceso de desarrollo de nuevos productos 5.4. Estrategias de imitación
TEMA 6. DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING	6.1. Elementos del Plan Estratégico de Marketing 6.2. Estructura del Plan Estratégico de Marketing 6.3. Ejecución de Plan Estratégico de Marketing 6.4. Control del Plan Estratégico de Marketing 6.5. El Plan de Marketing Digital

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	22	4	26
Estudio de casos	18	35	53
Trabajo tutelado	4	23	27
Presentación	2	6	8
Examen de preguntas objetivas	1	18	19
Examen de preguntas de desarrollo	2	12	14

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	En el horario de tutorías del profesorado de la materia.

Estudio de casos En el horario de tutorías del profesorado de la materia.

Trabajo tutelado En el horario de tutorías del profesorado de la materia.

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Estudio de casos	Se valorará el desarrollo (en clase y fuera del horario de clases) y entrega de los casos prácticos, así como su presentación. La resolución del caso debe ser fundada con una explicación teórica. También se realizarán pruebas tipo test de repaso.	20	B2 B3 B4 B5 B6	C24
Trabajo tutelado	Plan de marketing, en grupo o individual Caso práctico individual	10	B2 B3 B4 B5	C24
Examen de preguntas objetivas	Se valorarán los conocimientos mediante una o varias pruebas con preguntas tipo test y/o de respuesta corta (teóricas y prácticas).	30	B3	C7 C24
Examen de preguntas de desarrollo	Se valorarán conocimientos mediante preguntas de desarrollo (teóricas y prácticas).	40	B3	C7 C24

Otros comentarios sobre la Evaluación

EVALUACIÓN CONTINUA

En esta asignatura se sigue el sistema de evaluación continua. No obstante, se puede renunciar explícitamente a dicha evaluación continua.

Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá cubrir un formulario enviado por correo electrónico por el profesorado responsable de la materia, y que precederá a enviar una copia a la persona coordinadora del Grado (fc.organizacion@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende que la/el alumna/o sigue la evaluación continua, renunciando a la evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre.

El alumnado en evaluación CONTINUA está obligado a cumplir los siguientes requisitos:

- Asistir a las clases prácticas (80% mínimo). Los justificantes de no asistencia se analizarán para cada situación en particular.
- Realizar todas las actividades programadas para las prácticas (habitualmente 1 por clase práctica). De este modo, si una alumna o alumno no asistiese a clase (de forma justificada) podrá asistir a alguno de los otros grupos prácticos, no teniendo en cuenta la no asistencia solo para el cálculo del porcentaje de asistencia mínima (80%).
- Aprobar todas las pruebas, prácticas, exámenes, es decir, se debe aprobar todas y cada una de las partes principales de la materia (prácticas y exámenes) por separado, para poder optar a la media de la evaluación continua.
- La calificación final se calculará de la siguiente forma:

(Puntuación de la parte práctica x 0,2) +

(Puntuación del trabajo tutelado x 0,1) +

(Puntuación de las pruebas parciales tipo test x 0,3) +

(Puntuación de la prueba final x 0,4)

El alumnado deberá obtener un aprobado en todas las partes por separado, para poder optar al aprobado en la materia. Si no se aprueba alguna parte no se tiene derecho a hacer media de las puntuaciones.

Las alumnas y alumnos que no cumplan los requisitos anteriores (asistencia mínima de un 80%, aprobar por separado prácticas, trabajo y pruebas) tendrán que presentarse al examen oficial de la materia por EVALUACIÓN GLOBAL (con una puntuación de 0 a 10, siendo el "Aprobado" un 5), y este examen será diferente al del alumnado de evaluación continua.

EVALUACIÓN GLOBAL

Las alumnas y alumnos deben aprobar el examen fijado oficialmente (con una nota mínima de un 5), que será diferente que el examen en evaluación continua.

La materia que entrará para ambos tipos de evaluación (continua y global) para el examen final será tanto la impartida en las clases teóricas como la impartida en las clases prácticas, y todo el contenido estará disponible en Moovi.

SEGUNDA OPORTUNIDAD EN JULIO PARA LOS DOS SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Examen oficial de la materia establecido por el Centro en su calendario de exámenes, siendo el aprobado un 5 sobre 10. Excepcionalmente, se mantiene el sistema de evaluación continua (y la nota obtenida en el) para las alumnas y alumnos en evaluación continua que no aprobaran en la oportunidad anterior.

ASPECTOS GENERALES

- En todos los sistemas, oportunidades y trabajos el aprobado será el 50% de la puntuación máxima. Y deben superarse todos para poder optar a evaluación continua.
- Toda la materia impartida a lo largo del cuatrimestre (clases de teoría, clases de práctica, material disponible en Moovi), es objeto de entrar en el examen.
- A lo largo del curso, en las clases de teoría, se realizarán unas pruebas de repaso (preguntas tipo test), que se tendrán en cuenta para el cálculo de la valoración de la evaluación continua.
- Todos los exámenes tendrán una parte de preguntas tipo test y otra parte de preguntas de desarrollo, pudiendo ser estas preguntas teóricas o prácticas (resolución de ejercicios/problemas).
- Siempre y cuando los y las estudiantes superaran la materia según los criterios antes descritos, se sumará a la nota que obtuvieran un máximo de 0,5 puntos por la participación en determinadas actividades externas que eventualmente tengan lugar durante el cuatrimestre en que se imparta la materia, y que el profesorado de esta materia considere de interés. Podrá tratarse de actividades organizadas por el centro, la universidad, u otras entidades, como visitas a empresas, charlas, mesas redondas, conferencias, talleres, seminarios, o similares. Para eso, el profesorado de la materia comunicará previamente al alumnado, por los medios habituales (en horas presenciales o por Moovi), aquellas actividades en las que la participación supondrá un incremento de la nota. Se bonificará la participación en cada actividad con 0,25 puntos, y hasta un máximo de 0,5 puntos; en cualquier caso, la nota final de la materia no podrá superar el máximo de 10 puntos. El alumno o alumna deberá entregar algún documento acreditativo de su participación en cada actividad que desee que se le contabilice en los plazos indicados por la persona que coordine la materia. En el caso de actividades organizadas por el centro, este se encargará de recopilar dicha información y trasladarla al profesorado.

CONVOCATORIA FIN DE CARRERA

En esta convocatoria no se aplica el sistema de evaluación continua, por lo que el alumnado debe superar (5 sobre 10) el examen en la fecha fijada oficialmente. Se examinará tanto de la teoría como de la práctica.

NOTAS FINALES

En todos los sistemas, oportunidades y convocatorias el aprobado es el 50% de la nota máxima posible.

Las fechas de los exámenes se pueden consultar en la página web del centro

<https://fcomercio.uvigo.es/docencia/examenes/>

Un comportamiento inadecuado en el aula (se valorará: participación, actitud, puntualidad) o el uso inadecuado de los dispositivos móviles pueden afectar negativamente a la calificación final del alumnado.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

Bibliografía Complementaria

Sainz de Vicuña, J.M., **El Plan de Marketing en la Práctica**, 25ª edición, ESIC, 2024

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

Santesmases Mestre, M., **Marketing: conceptos y estrategias**, 6ª Edición, Madrid: Pirámide, 2012

Kotler, P; Keller, K.L., **Dirección de marketing**, 15a Edición, México: Pearson, 2016

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

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Marketing internacional/V06G270V01603

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 alumnado 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 personas destinatarias real, o por la relevancia de las situaciones que pudiesen surgir.

Asimismo, se aportará al alumnado la información y las pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

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

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

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
C5	CE5. Comprender los objetivos, alcance y valor de la función de aprovisionamiento y distribución comercial, sus interrelaciones con el resto de áreas y su papel como intermediaria de la actividad comercial, con el fin de diseñar estrategias para la provisión y comercialización de bienes y servicios.
C15	CE15. Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio, así como el diseño y análisis de encuestas mediante muestreo probabilístico para la realización de estudios de mercado.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.

Resultados previstos en la materia

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

Contenidos

Tema	
Tema 1. Introducción	El Subsistema de Operaciones ¿Qué es la Logística? Alcance de la Logística dentro de la empresa Logística inversa Análisis desde una perspectiva de género e interseccional
Tema 2. Cadena de suministros	Conceptualización Relaciones de cooperación Decisiones de localización Análisis desde una perspectiva de género e interseccional

Tema 3. Gestión de compras	Gestión de aprovisionamientos versus gestión de compras El proceso de compra Relaciones con el proveedor Análisis desde una perspectiva de género e interseccional
Tema 4. Gestión de inventarios	Conceptualización Funciones de los inventarios Ventajas e inconvenientes de los inventarios Clasificación de los inventarios Modelos de gestión de inventarios
Tema 6. Lean Manufacturing	Evolución histórica Conceptos generales Técnicas Lean
Tema 5. Transporte	Evolución de los medios de transporte Palés y contenedores Gestión de rutas Análisis desde una perspectiva de género e interseccional

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminario	2	2	4
Examen de preguntas objetivas	3	143	146

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

Metodologías

	Descripción
Seminario	Reuniones que el alumnado mantiene con el profesorado de la materia para asesoramiento, desarrollo y supervisión de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Seminario	Reuniones que el alumnado mantiene con el profesorado de la materia para asesoramiento, desarrollo y supervisión de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Examen de preguntas objetivas	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas directas sobre un aspecto concreto. Los alumnos deben responder de manera directa y razonada en base a los conocimientos que tienen sobre la materia.	100	B1 C4 D3 B2 C5 D5 C15

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Bibliografía Básica

- Casanovas, A. y Cuatrecasas, L., **Logística integral: Lean Supply Chain Management**, 3ª edición, Profit Editorial, 2015
- Cuatrecasas Arbos, L., **Volver a empezar. Lean Management: El modelo de gestión que hoy todo el mundo acepta como el más avanzado, eficiente y competitivo**, 1ª edición, Profit Editorial, 2022
- García Villalobos, J. C. González Pérez, S. y Sandubete Galán, J. E., **La cadena de suministro (supply chain): Gestión de la logística comercial**, 2ª edición, Fundación Universitaria San Pablo CEU, 2022
- Jacobs, F. R. y Chase, R. B., **Administración de Operaciones. Producción y Cadena de Suministros**, 16ª edición, McGraw-Hill, 2022
- Lusa, A. (Coordinadora), **Guía para el diseño de la cadena de suministro**, 1ª edición, Dextra Editorial, 2022
- Mora García, L. A., **Gestión logística integral. Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento**, 3ª edición, ECOE ediciones, 2023

Bibliografía Complementaria

- Aparicio, G. y Zorrilla, P., **Distribución comercial en la era omnicanal**, 1ª edición, Pirámide, 2015
- Arias Aranda, D. (Coordinador) y Minguela Rata, B. (Coordinadora), **Decisiones estratégicas de la Dirección de la producción y operaciones**, 1ª edición, Pirámide, 2024
- Arias Aranda, D. (Coordinador) y Minguela Rata, B. (Coordinadora), **Dirección de la producción y operaciones. Decisiones operativas**, 1ª edición, Pirámide, 2018
- Bowersox, D., **Administración y logística en la cadena de suministros**, 2ª edición, McGraw-Hill, 2007

- Casanovas, A. y Cuatrecasas, L., **Logística Empresarial. Gestión integral de la información y material en la empresa**, 1ª edición, Gestión 2000, 2003
- Castro Hermida, M. (coord.), **Los tres caminos para conseguir la excelencia en operaciones**, 1ª edición, Escuela de Negocios Caixanova, 2005
- Consortio de la Zona Franca, **Las empresas gacela de Galicia: del diagnóstico a la acción. Claves del crecimiento empresarial**, 1ª edición, Consorcio de la Zona Franca, 2004
- Cuatrecasas Arbos, L., **Organización de la producción y dirección de operaciones**, 1ª edición, Díaz de Santos, 2011
- Escudero Serrano, M.J., **Almacenaje de productos**, 2ª edición, Paraninfo, 2011
- Escudero Serrano, M.J., **Gestión de aprovisionamiento**, 1ª edición, Paraninfo, 2011
- Escudero Serrano, M.J., **Logística de almacenamiento**, 2ª edición, Ediciones Paraninfo, 2023
- Gaither, N. y Frazier, G., **Administración de producción y operaciones**, 4ª edición, Thomson, 2000
- Marco, J. A., **Logística 5.0**, 1ª edición, Almuzara, 2021
- Molinillo, S., **Distribución comercial aplicada**, 2ª edición, ESIC, 2014
- Roux, M., **Manual de logística para la gestión de almacenes: las claves para crear o mejorar su almacén**, 5ª edición, Gestión 2000, 2009
- Santos J. y otros, **Mejorando la producción con lean thinking**, 2ª edición, Pirámide, 2015
- Slone, R. E. y otros, **Transformando la cadena de suministro. Los 5 pasos que ayudan a crear auténtico valor**, 1ª edición, Profit Editorial, 2019
- Soler, D., **Digitalizar la gestión del transporte**, 1ª edición, MARGE BOOKS S.L., 2024
- Soret Los Santos, I., **Logística y marketing para la distribución comercial**, 3ª edición, ESIC, 2006
- Soret Los Santos, I., **Logística y operaciones en la empresa**, 1ª edición, ESIC, 2010
- Tato, A. y otros, **Transporte marítimo en la cadena de suministro**, 1ª edición, Andavira Editora, 2010
- Velasco, J., **Gestión de la logística en la empresa. Planificación de la cadena de suministros**, 1ª edición, Pirámide, 2013
- Weenk, E., **Cómo gestionar la Cadena de Suministro. Fundamentos, práctica y aplicaciones en la vida real**, 1ª edición, MARGE BOOKS S. L., 2022

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Principios de gestión responsable/V06G270V01103

Otros comentarios

- Es conveniente mantener actualizados los datos de contacto en la plataforma MOOVI. Además, es necesario subir allí una foto tipo carnet para evitar la entrega de fichas en formato papel.
- Se abordará nuestra materia desde una perspectiva de género y bajo una óptica interseccional, en aquellos puntos que el contenido lo precise.

(*)Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el estudiantado 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/as 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**Régimen fiscal de la empresa**

Asignatura	Régimen fiscal de la empresa			
Código	V06G270V01405			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía aplicada			
Coordinador/a	Gago Rodríguez, Alberto Álvarez Villamarín, José Carlos			
Profesorado	Gago Rodríguez, Alberto			
Correo-e	agago@uvigo.es xalvarez@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	RFE es una asignatura que tiene como objetivo introducir a los alumnos en el campo de la fiscalidad aplicada. En particular, se desarrollan dos de los impuestos más importantes que inciden en la actividad empresarial: el IRPF y el Impuesto de Sociedades.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
C2	CE2. Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto. Saber vincular el objeto y condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.
C3	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.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C13	CE13. Conocer los reglamentos de los impuestos, en particular los que afectan a las transacciones, con el fin de saber cumplimentar las correspondientes declaraciones, así como el régimen jurídico de la obligación tributaria y los procedimientos de aplicación de los tributos, en especial la liquidación, recaudación e inspección.
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D16	CT16. Iniciativa.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Adquirir conocimientos básicos para entender el papel que desempeña la fiscalidad en las decisiones económicas	C2 C3 C13	D4 D5
Desarrollar habilidades de búsqueda, uso y comprensión de la normativa tributaria vigente	C6 C13	D2 D4 D5

Entender los efectos de la tributación sobre las distintas fuentes de renta: trabajo, capital, actividades económicas y alteraciones patrimoniales	C13 C19	D3 D4 D5 D6 D17 D18
Potenciar la capacidad de trabajar en equipo buscando encontrar las mejores soluciones tributarias	C13	D2 D3 D4 D8 D11 D16 D17 D18
Justificar y defender las decisiones adoptadas en materia de tributación mediante estudios de caso.	C13 C19	D1 D3 D4 D5 D6 D11 D16 D17 D18

Contenidos	
Tema	
Parte I: Introducción al Sistema Fiscal Tema 1: Objetivos y metodología de la materia	Objetivos básicos. La organización de la materia. El método de trabajo y su evaluación.
Tema 2: Caracterización del Sistema Fiscal Español y bases para la fiscalidad personal y empresarial	El papel de los Impuestos en la realidad económica. Composición del Sistema Fiscal. Características básicas de las principales figuras tributarias.
Parte II: El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. Tema 3: Introducción al IRPF	Elementos básicos del Impuesto: contribuyente y unidad familiar, rentas sujetas y exentas, período impositivo.
Tema 4: Rentas de las Personas Físicas	Rendimientos del Trabajo, Rendimientos del Capital, Ganancias y Pérdidas Patrimoniales
Tema 5: Rentas de las Actividades Económicas Empresariales y Profesionales individuales	Elección del régimen de estimación de la renta. Determinación de la renta en Estimación Directa y Estimación Objetiva.
Tema 6: Liquidación del IRPF	Integración y compensación de las rentas. Mínimo Personal y Familiar. Cuota Integra y Deducciones.
Parte III: El Impuesto sobre Sociedades. Tema 7: Introducción al IS.	Elementos básicos del Impuesto: contribuyente, resultado contable y base imponible. Período impositivo. Imputación temporal de ingresos y gastos.
Tema 8: Operaciones determinantes de la Base Imponible	Gastos no deducibles. Amortizaciones. Arrendamiento Financiero. Deterioro de Valor y Transmisiones Patrimoniales.
Tema 9: Liquidación del IS	Proceso Liquidatorio. Cuota Integra. Deducciones.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	27	27	54
Estudio de casos	14	16	30
Prácticas con apoyo de las TIC	2	4	6
Resolución de problemas de forma autónoma	0	26	26
Estudio de casos	6	28	34

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

Metodologías	
	Descripción
Lección magistral	Para cada tema el docente presentará en el aula las cuestiones conceptuales relevantes, presentará la norma tributaria y analizará sus consecuencias y efectos prácticos. Posteriormente el alumnado deberá volver a revisar de manera autónoma los contenidos expuestos, releyendo la legislación básica para comprobar su comprensión.

Estudio de casos	<p>Se realizarán 9 sesiones prácticas que tendrán lugar en aulas-seminario. Para cada sesión se propondrán casos a estudiar en grupos reducidos (de 3 o 4 estudiantes) conformados al inicio del curso.</p> <p>Cada grupo deberá comentar, resolver y defender los casos planteados.</p> <p>El alumnado dispondrá previamente de los enunciados de los casos a través de la Plataforma Virtual y deberá elaborar en su grupo reducido una primera propuesta de solución justificada que deberá ser entregada a través de la Plataforma Virtual antes del desarrollo de la sesión presencial. Adicionalmente se realizarán dos estudios de caso presenciales individuales que servirán como pruebas de evaluación (una de IRPF y otra de IS).</p>
Prácticas con apoyo de las TIC	<p>Las sesiones prácticas en aula informática se harán de manera individualizada y consistirán en la resolución de un caso práctico empleando las aplicaciones informáticas de la Agencia Tributaria. Para su desarrollo el alumnado dispondrá previamente del enunciado del caso en la Plataforma Virtual.</p>
Resolución de problemas de forma autónoma	<p>Cada semana, después de la sesión magistral, se abrirá un formulario práctico digital (de respuesta corta o test) en la Plataforma Virtual, relativo a los contenidos desenvueltos en la sesión magistral y en la práctica correspondientes.</p> <p>Se trata de actividades no presenciales que posibilitan el seguimiento y evaluación del alumnado, que deberá responder en los plazos señalados.</p>

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos	<p>Se hará un seguimiento individualizado de los resultados conseguidos y de las dudas surgidas en los estudios de caso. La resolución de dudas se realizará en modalidad presencial. De concurrir circunstancias extraordinarias que lo impidan, las sesiones de tutoría podrán realizarse por medios telemáticos en el Despacho Virtual bajo la modalidad de concertación previa. De ser el caso, estas tutorías virtuales también podrán ser colectivas sobre temas específicos.</p>
Prácticas con apoyo de las TIC	<p>El alumnado resolverá de manera individualizada casos prácticos en las aulas de informática empleando las aplicaciones de la Agencia Tributaria (Simulador RentaWeb y Simulador SociedadesWeb).</p>

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Estudio de casos	<p>Prácticas: La entrega de las propuestas de solución de las 9 sesiones prácticas hechas en grupo se evaluará conjuntamente con las pruebas tipo tests: será necesario haber entregado al menos 6 casos para tener puntuación en las pruebas test.</p> <p>Pruebas evaluación: En AC al finalizar las partes II y III del programa de la materia, se realizarán dos pruebas presenciales en las que se propondrá un caso que el alumnado deberá resolver de forma individual que permitirá evaluar su nivel de conocimientos y capacidad de argumentación y justificación de las decisiones adoptadas.</p> <p>La prueba relativa al IRPF se puntuará con un máximo de 4 puntos (40%) y la relativa al IS con un máximo de 3 puntos (30%).</p>	70	C6 C13 C19	D3 D4 D6 D8 D11 D16 D17 D18
Resolución de problemas de forma autónoma	<p>En Evaluación Continua (EC) se evaluará y puntuará la resolución de los test propuestos después de cada tema.</p> <p>En EC este apartado de trabajo personal se puntuará sobre un máximo global de 3 puntos (30%).</p> <p>Será requisito necesario para obtener puntuación en este apartado que el grupo de trabajo al que pertenece cada estudiante haya entregado al menos 6 propuestas de solución de los estudios de caso.</p>	30	C13 C19	D2 D3 D4 D5 D6 D11 D17 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumnado podrá elegir ser evaluado mediante el sistema de evaluación continua (EC), o alternativamente optar por una prueba de Evaluación Global (EG). La evaluación por defecto es la EC. La elección de EG supone la renuncia al derecho de seguir evaluándose mediante las actividades de EC que resten y la cualificación obtenida hasta ese momento en cualquiera de las pruebas que ya tuvieron lugar.

EC. En caso de no renunciar a la evaluación continua:

a. La evaluación de la materia constará de 3 partes: una prueba de IRPF (que ponderará un 40% sobre el total), una prueba de IS (que ponderará un 30%), y la entrega de prácticas, test y participación en las clases (que ponderará un 30% sobre el

total)

- b. Será preciso sacar un mínimo de un 25% de la nota en juego en cada parte.
- c. Para aprobar será necesario obtener al menos un 50% de los puntos en juego en cada prueba
- d. Será necesario entregar al menos 6 propuestas de soluciones de las prácticas
- e. Se considera que el alumnado se tiene presentado a la evaluación continua cuando se tenga presentado a alguna de las pruebas/actividades de evaluación de esta modalidad.

EG en primera oportunidad (convocatoria de mayo-junio II cuatrimestre). El alumnado será evaluado mediante una prueba escrita que comprenderá 2 estudios de caso completos (uno de IRPF, que ponderará un 60%, y uno de IS, que ponderará un 40%). Será necesario alcanzar un mínimo de un 30% en cada uno de los casos.

EG en la segunda oportunidad (convocatoria extraordinaria de julio) y en la convocatoria de Fin de Carrera, El alumnado será evaluado mediante una prueba escrita que comprenderá 2 estudios de caso completos (uno de IRPF, que ponderará un 60%, y uno de IS, que ponderará un 40%). Será necesario alcanzar un mínimo de un 30% en cada uno de los casos.

Los estudiantes que no participen en la EC ni en la EG, figurarán en las actas como "no presentados".

Se recomienda al alumnado tener en cuenta el Título VII (Del uso de medios ilícitos), del Reglamento sobre la Evaluación, la calificación y la calidad de la docencia y del proceso de aprendizaje del estudiantado (<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/normativa/documento/downloadbyhash/4904ced4d24eb81fe5715ddde2c48c59c0a7c4d624cd0e7491df7a753985ccfa>).

Las fechas y horas de las pruebas de EG (de primera y segunda oportunidad) son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Junta de Facultad para el curso 2025/26. En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de exámenes, prevalecerán las publicadas en la web de la facultad <http://fcomercio.uvigo.es>

Siempre y cuando el estudiante supere la materia segundo los criterios antes descritos, se le sumará a la nota que haya obtenido un máximo de 1 punto por la participación en determinadas actividades externas que eventualmente tengan lugar durante el cuatrimestre en que se imparta la materia, y que el profesorado de esta materia considere de interés. Podrá tratarse de actividades organizadas por el Centro, la Universidad, u otras entidades, como visitas a empresas, charlas, mesas redondas, conferencias, talleres, seminarios, o similares.

Para ello, el profesorado de la materia comunicará previamente al alumnado por los medios habituales (en horas presenciales o por Moovi) aquellas actividades en las que la participación pueda suponer un incremento de la nota. Se bonificará la participación en cada actividad con 0,25 puntos, y hasta un máximo de 1 punto; en cualquiera caso la nota final de la materia no podrá superar el máximo de 10.

El alumnado deberá aportar algún documento acreditativo de su participación en cada actividad que desee que se le contabilice en los plazos indicados por la persona que coordine la materia. En el caso de actividades organizadas por el centro, éste se encargará de recopilar dicha información y se la trasladará al profesorado.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Grupo Docente Fiscalidade Aplicada UVigo, **Esquemas Básicos e Supostos Prácticos**, 2025

Legislación IRPF actualizada 2025,

Legislación IS actualizada 2025,

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

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

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

Agencia Tributaria, **www.aeat.es,**

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

Bibliografía Complementaria

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

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

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

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

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

Instituto de Estudios Fiscales, www.ief.es,

Domínguez, F., **Planificación Fiscal Personal y de la Empresa**, última, Aranzadi,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Tributación de las operaciones comerciales/V06G270V01605

Creación de empresas comerciales/V06G270V01702

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Decisiones de financiación en el comercio/V06G270V01502

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Economía: Economía española y mundial/V06G270V01201

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

Contabilidad financiera/V06G270V01301

Derecho mercantil/V06G270V01302

Otros comentarios

Esta materia se imparte también en 3º del Grado en ADE y, como optativa, en 4º curso del Grado en Economía con la denominación de "Tributación".

DATOS IDENTIFICATIVOS**Contabilidad de gestión**

Asignatura	Contabilidad de gestión			
Código	V06G270V01501			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Profesorado	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	pilar.munoz@uvigo.es			
Web				
Descripción general	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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.
C20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D12	CT12. Creatividad.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Nueva	C19	D6
	C20	D8
		D12
		D17

Contenidos

Tema	
TEMA 1. Análisis coste/volumen/beneficio.	<ol style="list-style-type: none"> Objetivo, hipótesis y limitaciones del modelo. Cálculo analítico del punto de equilibrio. Construcción de la representación gráfica del punto de equilibrio. Análisis de sensibilidad. Apalancamiento operativo. Indicadores relacionados con el punto de equilibrio. Casos de multiproducción. Análisis del C-V-B en condiciones de riesgo e incertidumbre.
TEMA 2. La medición del coste y del beneficio en la toma de decisiones a corto plazo. Ingresos y costes relevantes.	<ol style="list-style-type: none"> Introducción. El concepto de coste/ingreso relevante para la toma de decisiones en un horizonte temporal de corto plazo. Factores cuantitativos y cualitativos que inciden en el proceso de toma de decisiones. Ejemplos de aplicación a tópicos de decisión.
TEMA 3. El comportamiento en las organizaciones y centros de responsabilidad (I)	<ol style="list-style-type: none"> Introducción La necesidad de control y la contabilidad de gestión. Aspectos a considerar en el diseño, implantación y utilización de la contabilidad de gestión como instrumento de control. La adaptación de la contabilidad de gestión a la estrategia y a la estructura de la empresa.
TEMA 4. Centros de responsabilidad (II) y centros de beneficios.	<ol style="list-style-type: none"> Introducción. Algunas consideraciones sobre los centros de beneficios. Criterios para medir y controlar al responsable de un centro de beneficios. Resumen

TEMA 5. Precios de transferencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción. 2. Concepto de precio de transferencia. 3. Objetivos de los precios de transferencia. 4. Condiciones a tener en cuenta al establecer un sistema de precios de transferencia. 5. Posibles restricciones para la fijación de precios de transferencia. 6. Métodos para la fijación de precios de transferencia
TEMA 6. El proceso presupuestario.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El proceso presupuestario. 2. Consideraciones en torno al concepto de presupuesto. 3. Presupuesto maestro y presupuestos operativos. 4. Técnicas de presupuestación. 5. El control presupuestario.
TEMA 7. Costes estandar y análisis de desviaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción. 2. Tipos de estándares. 3. Cálculo de desviaciones; Ejemplo. 4. Supuestos.
TEMA 8. Herramientas contables con enfoque estratégico.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La gestión del ciclo de vida. 2. El coste objetivo. 3. La gestión basada en la actividad (ABM) 4. El coste y la reingeniería de procesos. 5. La calidad y el coste. 6. La gestión del coste y la cadena de valor. 7. La gestión del coste medioambiental. 8. Sistemas justo a tiempo.
TEMA 9: El método ABC. y el tratamiento de los costes indirectos.	<p>Introducción.</p> <p>Limitaciones de los sistemas de costes tradicionales.</p> <p>Perfeccionamiento de un sistema de costes.</p> <p>Aspectos fundamentales de los sistemas de costes basados en la actividad.</p> <p>Jerarquía del coste: clasificación de las actividades.</p> <p>Los generadores de coste</p> <p>El proceso de asignación de costes en el modelo ABC.</p> <p>Comparación de diversos sistemas de cálculo de costes.</p> <p>Exigencias, ventajas y problemas para la implantación del modelo ABCM</p>

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	14	28	42
Presentación	14	28	42
Resolución de problemas	11	21	32
Resolución de problemas de forma autónoma	0	24	24
Trabajo tutelado	7	0	7
Examen de preguntas objetivas	2	0	2
Práctica de laboratorio	1	0	1

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

Metodologías	
	Descripción
Lección 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.
Presentación	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	De forma autónoma, el alumno preparará los test, contenidos en los temas, de forma que le sirva de guía autoevaluatora de los conocimientos adquiridos.
Resolución de problemas de forma autónoma	De forma autónoma, el alumnos preparará los ejercicios, contenidos en los temas, como práctica de los contenidos teóricos adquiridos.
Trabajo tutelado	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
--------------	-------------

Trabajo tutelado	El trabajo del alumno, en grupo o individual, es tutorizado por el profesor en el horario publicado en la página web del cenro. Esa tutorización (presencial, online o mixta) podrá realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros faitic...) bajo la modalidad de concertación previa. Esas solicitudes de tutorización no presencial se atenderán en el plazo más breve posible.
Presentación	La presentación de los ejercicios y del proyecto realizada por los grupos del trabajo es evaluada por el profesor según lo items que se describen en la evaluación.

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Presentación	Valoración del grado de asimilación, claridad expositiva, de síntesis y de presentación de los ejercicios del tema asignado de forma individual o en grupo y de las respuestas dadas a las preguntas del profesor.	27.5	C19 C20	D6 D8 D12 D17
Trabajo tutelado	Valoración de la originalidad, consistencia, entidad y facilidad de uso del modelo desarrollado.	17.5	C19 C20	D6 D8 D12 D17
Examen de preguntas objetivas	Realización de preguntas test o abiertas sobre el tema correspondiente a la sesión y a lo largo del curso. Los errores puntúan en negativo.	17.5	C19 C20	D6 D8 D12 D17
Práctica de laboratorio	Realización de dos exámenes teórico a lo largo del curso (18 ptos.) y un examen práctico al final (19,5 ptos.)	37.5	C19 C20	D6 D12 D17

Otros comentarios sobre la Evaluación

El estudiante tiene derecho a ser evaluado mediante evaluación continua o evaluación global (examen que se celebre en las convocatorias oficiales), pero **no a ambas**.

La presentación a **alguna** de las pruebas de evaluación continua servirá como justificante de la elección por parte del estudiante a esta opción de evaluación. Realizada alguna de las pruebas evaluables de evaluación continua no será aceptada la renuncia a esta opción de evaluación salvo causa de fuerza mayor debidamente justificada.

Evaluación continua:

Consta de cinco ítems evaluables agrupados en teoría y práctica; teoría los dos primeros y práctica los tres últimos: 1.- Cuestionario tipo test, uno por cada tema del temario a realizar exclusivamente en el aula (17,50 ptos.). 2.- Dos cuestionarios tipo test, uno a mitad de curso (temas 1 al 4) y otro al final (temas 5 al 9) a realizar exclusivamente en el aula (18,00 ptos.). 3.- Una prueba de ejercicios al finalizar el curso (19,50 ptos.). 4.- Elaboración y presentación de 4 ejercicios en grupo (27,50 ptos.). 5.- Elaboración y presentación de un proyecto final en grupo (17,50 ptos.).

Las pruebas tipo test, a realizar a través de la plataforma Moovi, se realizan exclusivamente en el aula. El incumplimiento de este requisito supondrá la calificación de 0 (cero) en la calificación de la materia.

Calificación mínima requerida en cada ítem para superar evaluación continua: 3 (sobre 10)

Cumpliendo los requisitos de calificación mínima obtenida en cada ítem:

- la calificación final se obtendrá por la suma de la puntuación obtenida en cada uno de los 5 ítems evaluables
- el estudiante que no supere la teoría y/o la práctica podrá recuperarlas en el examen de la convocatoria ordinaria y/o de 2ª oportunidad.

No existirá derecho a recuperación en el examen de convocatoria ordinaria y/o 2ª oportunidad si no se obtiene la calificación mínima requerida en evaluación continua siendo preciso entonces para superar la materia presentarse a otra convocatoria con la totalidad de la materia.

Evaluación global

Para superar la materia será preciso realizar un **examen teórico/práctico en las fechas de la convocatoria oficial** y tanto en primera como en 2ª oportunidad. **La calificación** se obtendrá, con la **ponderación que se determine, por media de las pruebas de teoría y práctica**. Al igual que en evaluación continua, en el examen práctico será preciso puntuar en cada uno de los ejercicios.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Alvarez-Dardet Espejo, M^ªC. y Gutierrez Hidalgo, F., **Contabilidad de gestión; profundización en el cálculo del coste y proceso de planificación y control**, 2010,

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

Donoso Anes, R. y Donoso Anes, A., **sistemas de costes e información económica**, 2011,

AECA, **La contabilidad de gestión como instrumento de control. Dcmt^º nº 2 serie principios de contab. de gestión**, 1990,

AECA, **El proceso presupuestario en la empresa. Dcmt^º nº 4 de la serie principio de contab.de gestión**, 1992,

Anthony, R.N. y Govindarajan, V., **sistemas de control de gestión (10^a edic.)**, 2003,

Drury, C., **Management accounting for business (4^a edit.)**, 2009,

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

Contabilidad de costes/V06G270V01401

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

Asignatura	Decisiones de financiación en el comercio			
Código	V06G270V01502			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Cabaleiro Casal, María José			
Profesorado	Cabaleiro Casal, María José			
Correo-e	mcasal@uvigo.es			
Web	http://https://fcomercio.uvigo.es/			
Descripción general	Estudio, análisis e interpretación relativos a las decisiones de financiación en la empresa. Estudio de la estructura financiera, de las alternativas de financiación y de su coste financiero, desde el enfoque de las finanzas tradicionales. Otros enfoques para el estudio de las decisiones de financiación: finanzas sostenibles y finanzas con perspectiva de género.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.
C20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados previstos en la materia

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

Adquirir conocimientos relativos a la estructura de financiación de la empresa.	A3 A4	B3 B4 B5	C6 C19 C20	D1 D3 D4 D6 D11 D13 D17 D18
Adquirir conocimientos para la toma de decisiones relativos a la financiación interna de la empresa.	A3 A4	B3 B4 B5	C6 C19 C20	D1 D3 D6 D11 D13 D17 D18
Adquirir conocimientos para la toma de decisiones relativos a la financiación externa de la empresa.	A3 A4	B3 B4 B5	C6 C19 C20	D1 D3 D4 D6 D11 D13 D17 D18
Conocer los métodos de estimación de coste de la financiación de la empresa.	A3 A4	B3 B5	C6 C19 C20	D1 D3 D4 D6 D8 D10 D11 D13 D17
Conocer enfoques diferentes a las finanzas tradicionales para el estudio de las decisiones de financiación.	A3 A4	B3 B4 B5 B6	C6 C19 C20	D1 D3 D6 D9 D10 D11 D13 D15 D17 D18

Contenidos

Tema

Tema 1. INTRODUCCIÓN A LAS DECISIONES DE FINANCIACIÓN

- 1.1. Introducción
- 1.2. Economía financiera
- 1.3. Estructura económico-financiera
- 1.4. Coste de los recursos financieros

Tema 2. FINANCIACIÓN INTERNA

- 2.1. Introducción
- 2.2. Autofinanciación por mantenimiento
- 2.3. Autofinanciación por enriquecimiento
- 2.4. Coste de la financiación interna

Tema 3. FINANCIACIÓN EXTERNA: CAPITAL SOCIAL

- 3.1. Introducción
- 3.2. Ampliaciones de capital
- 3.3. Coste de las aportaciones al capital

Tema 4. FINANCIACIÓN EXTERNA NO BANCARIA: DEBERES Y BONOS

- 4.1. Introducción
- 4.2. Definición y elementos de la renta fija
- 4.3. Valoración de la renta fija: precio-rendimiento
- 4.4. Coste de la renta fija para el emisor

Tema 5. FINANCIACIÓN EXTERNA BANCARIA

- 5.1. Introducción
- 5.2. Operaciones de préstamo
- 5.3. Operaciones de crédito
- 5.4. Descuento de efectos comerciales
- 5.5. Otras operaciones bancarias
- 5.6. Coste de la financiación bancaria

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	24	55	79
Prácticas con apoyo de las TIC	17	46	63
Resolución de problemas y/o ejercicios	4	0	4
Examen de preguntas de desarrollo	4	0	4

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Explicación teórica de los contenidos de la materia.
Prácticas con apoyo de las TIC	Actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas e de adquisición de habilidades básicas e procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio. Desarrollarse en aulas informáticas. Evaluación Continua

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	El alumnado puede acudir a las tutorías personalizadas, para resolver todas las dudas que tenga en relación con los contenidos tratados en las sesiones teóricas. Las tutorías serán concertadas previamente mediante mensaje enviado a través de Moovi.
Prácticas con apoyo de las TIC	El alumnado recibirá ayuda para las actividades en las sesiones prácticas. Adicionalmente, puede acudir a las tutorías personalizadas, para resolver todas las dudas que tenga en relación con las prácticas. Las tutorías serán concertadas previamente mediante mensaje enviado a través de Moovi.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Prácticas con apoyo de las TIC	Actividades de aplicación de los conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio. Se desarrollarán en aulas informáticas. Evaluación Continua	30	A3 B3 C6 D1 A4 B4 C19 D3 B5 C20 D4 B6 D6 D8 D9 D10 D11 D13 D15 D17 D18
Resolución de problemas y/o ejercicios	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la materia. El alumno/na debe desarrollar el análisis y la resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma. Evaluación continua	30	A3 B3 C6 D1 A4 B5 C19 D3 B6 C20 D4 D6 D8 D9 D10 D11 D13 D15 D17 D18

Examen de preguntas de desarrollo	Se valora que las/los estudiantes consigan las soluciones adecuadas, apliquen rutinas y procedimientos de transformación de la información disponible e interpreten los resultados. Evaluación continua.	40	A3 A4	B4 B6	C6 C20	D1 D3 D4 D6 D10 D11 D15 D17 D18
-----------------------------------	---	----	----------	----------	-----------	---

Otros comentarios sobre la Evaluación

Las/los estudiantes podrán optar por la evaluación continua (100% nota final) o, de manera alternativa, por la evaluación global de toda la materia en los exámenes finales de las convocatorias oficiales (100% nota final).

Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá dirigir un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia, con copia al coordinador/a del Grado (fc.organizacion@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende que el/la alumno/a sigue la evaluación continua, renunciando a la evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre.

En las convocatorias oficiales el examen supondrá el 100% de la calificación.

La evaluación de la convocatoria fin de carrera consiste en la resolución de una prueba escrita presencial sobre el contenido teórico y práctico de la materia. En la convocatoria de fin de carrera el examen supondrá el 100% de la calificación.

Las fechas de los exámenes de la materia están disponibles en la página web de la Facultad: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Suarez Suarez, A.S., **Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa**, Madrid, 2005,

Bibliografía Complementaria

Durbán Oliva, S. y otros, **Planificación financiera en la práctica empresarial**, Madrid 2009,

Partal Ureña, A., **Introducción a las finanzas empresariales**, Madrid 2016,

López Lubián, F.; García Estevez, P., **Finanzas en el mundo corporativo. Un enfoque práctico**, Madrid 2005,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

Contabilidad financiera/V06G270V01301

Decisiones de inversión en el comercio/V06G270V01402

DATOS IDENTIFICATIVOS**Planificación de recursos de información integrados**

Asignatura	Planificación de recursos de información integrados			
Código	V06G270V01503			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Sandoval Pérez, María de los Angeles			
Profesorado	Blanco González, Manuel González Garrido, Ada Alicia Sandoval Pérez, María de los Angeles			
Correo-e	sandoval@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia se centra en el estudio de los recursos de información necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa. Se estudia como las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) pueden contribuir a la mejora de la gestión empresarial, analizando las principales aplicaciones que permiten explotar la información y el conocimiento, generados tanto en el interior como en el exterior de la empresa.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
C5	CE5. Comprender los objetivos, alcance y valor de la función de aprovisionamiento y distribución comercial, sus interrelaciones con el resto de áreas y su papel como intermediaria de la actividad comercial, con el fin de diseñar estrategias para la provisión y comercialización de bienes y servicios.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Saber analizar la información necesaria para el correcto funcionamiento de la empresa.	B1 B2	C5	D10
Saber utilizar las herramientas informáticas necesarias para la gestión de la información en la empresa		C4 C24	D5

Contenidos

Tema	
Sistemas y tecnologías de información en la empresa.	Conceptos. Estructura y procesos del sistema de información. Tipos de sistemas. Incidencia en la competitividad empresarial.
Almacenamiento de información	Sistemas de gestión de bases de datos. Diseño del modelo de datos. El acceso a los datos almacenados.
Sistemas integrados de gestión (ERP)	Concepto y características de los sistemas integrados de gestión. El mercado de los ERP. Análisis económico y factores clave para la implantación.

Otras aplicaciones de las TIC en el ámbito empresarial.	Gestión de las relaciones con los clientes. Herramientas para el trabajo colaborativo. Sistemas de gestión documental. Herramientas de gestión de procesos. Aplicaciones basadas en dispositivos móviles.
Business intelligence y sistemas de ayuda a la decisión.	Conceptos y herramientas de Business Intelligence. Explotación de la información y cuadro de mando. Herramientas de apoyo a la toma de decisiones.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminario	6	0	6
Trabajo tutelado	4	100	104
Trabajo tutelado	4	1	5
Lección magistral	11	0	11
Prácticas con apoyo de las TIC	22	0	22
Examen de preguntas objetivas	1	0	1
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	0	1

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

Metodologías

	Descripción
Seminario	Tutorías destinadas a resolver dudas y orientar a los alumnos en la adquisición de las competencias de la materia.
Trabajo tutelado	Aprendizaje autónomo. Lectura y preparación previa de las clases teóricas y prácticas por parte del alumno, con objeto de asimilar los contenidos de la materia y preparación de las pruebas evaluables
Trabajo tutelado	Desarrollo de casos/ejercicios y debate en el aula bajo las directrices y supervisión del profesor.
Lección magistral	Lección magistral participativa, con material de apoyo y medios audiovisuales. El profesor explicará los diferentes temas y puntos que conforman el programa, pero a la vez motivará la participación activa en clase, tratando de intercalar el uso de su palabra con intervalos de diálogo profesor-alumno. Esta participación activa provendrá de dos ámbitos; por un lado, de las posibles dudas o comentarios que pudieran surgir por parte del alumno como consecuencia de la explicación del profesor; por otro, será el propio profesor quien también pueda lanzar preguntas y planteamiento de casos al auditorio, tratando con este elemento dinamizador de conseguir respuestas y generar debate que lleve al enriquecimiento de la exposición.
Prácticas con apoyo de las TIC	Propuesta y/o exposición de casos prácticos con utilización de las herramientas informáticas necesarias.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Seminario	Las tutorías se realizarán, previa petición y consulta a través del correo electrónico. Las tutorías podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico o videoconferencia a través del despacho virtual) bajo la modalidad de concertación previa.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Trabajo tutelado	Realización de un trabajo práctico sobre un tema elegido libremente por el estudiante, consistente en diseño de datos, almacenamiento y recuperación de la información en bases de datos	20	B1 C4 D5 B2 C5 D10 C24
Trabajo tutelado	Se controlará la realización de las actividades planteadas en las sesiones de teoría, con el objetivo de presentar y/o comprobar la correcta comprensión de los contenidos de la materia.	10	B1 C4 D5 B2 C5 D10
Prácticas con apoyo de las TIC	Se controlará la asistencia y realización de las tareas planteadas en las prácticas de aula informática, relacionadas con la gestión y explotación de la información en empresa.	10	B1 C4 D5 B2 C24 D10
Examen de preguntas objetivas	Prueba de test/preguntas cortas, sobre los contenidos desarrollados en la materia.	30	B1 C4 D5 B2 C5 D10 C24
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de un ejercicio práctico de diseño de datos y consultas de información	30	C4 D5 D10

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para superar la materia se requiere obtener como mínimo 1.5 puntos tanto en el examen de preguntas objetivas como en la resolución del ejercicio práctico (puntuados, cada uno, sobre 3). De no ser el caso, la nota será el resultado de sumar la puntuación ambas pruebas.

La puntuación obtenida por la participación, así como la realización y entrega de las tareas (trabajos de aula, y prácticas de aula informática), se mantiene en las convocatorias del curso académico en vigor pero NO se guardará para cursos sucesivos.

El Trabajo práctico sobre un tema libre (trabajos tutelados) puntúa exclusivamente en la convocatoria en que se presenta. En caso de no superar el examen en la convocatoria de enero, el alumno deberá entregar un nuevo trabajo, junto con el examen, en la convocatoria de julio y en las convocatorias extraordinarias.

Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá dirigir un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia, con copia al coordinador/a del Grado (fc.organizacion@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende que el/la alumno/a sigue la evaluación continua, renunciando a la evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre.

Las fechas de exámenes deberán ser consultadas en la Página web de la Facultad <https://fcomercio.uvigo.es/>

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS: 1. Puntualidad. No se permitirá el acceso y salida a clase una vez que el docente haya entrado en el aula. 2. Solo se permitirá hacer uso de teléfonos móviles durante las sesiones de trabajo cuando el docente así lo indique. 3. El plagio total o parcial en las actividades entregadas conllevará la invalidación de las mismas. 4. Es imprescindible cuidar la gramática, redacción y ortografía de las actividades entregadas. El incumplimiento de esta norma conllevará la invalidación de las actividades. 5. Para la realización de los exámenes, el alumno deberá presentarse al examen debidamente identificado, con el D.N.I o pasaporte, no siendo válido ningún otro documento. 6. La revisión de exámenes tendrá lugar únicamente en el horario y lugar establecido por el profesor. 7. En caso de incumplimiento de las normas anteriores, el profesor podrá adoptar las medidas que estime oportunas dentro de la legislación vigente.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Cansinos Avilés J., **Liderando la transformación digital desde las personas**, Pirámide, 2023

Diamandis, Peter H.; Kotler, Steven, **El futuro va más rápido de lo que crees "Cómo la convergencia tecnológica está transformando las empresas, la economía y nuestras vidas**, Ediciones Deusto, 2021

Nolasco Valenzuela, Jorge Santiago - Gamboa Cruzado, Javier - Dextre Alarcon, Jymmy Stewart, **Tecnologías disruptivas: comprende las herramientas de la sociedad digital**, 9788419857514, RA-MA Editorial, 2023

Núñez, Rafael, **Gestión de bases de datos**, 84-19857-48-3, RA-MA Editorial, 2023

Gómez Vieites, Álvaro y Carlos Suarez Rey, **Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial.**, RA-MA Editorial., 2011

Sharda, Ramesh, **Business intelligence, analytics, data science, and AI : a managerial perspective**, 978-1-292-45929-5, Fifth edition Global edition, 2024

The digital transformation of SMEs., OECD Publishing, 2021

Joyanes Aguilar, Luis, **Inteligencia de negocios y analítica de datos : una visión global de Business Intelligence & Analytics**, Marcombo, 2019

Recomendaciones

Otros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS**Gestión del comercio exterior**

Asignatura	Gestión del comercio exterior			
Código	V06G270V01504			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Monteagudo Cabaleiro, Antonio			
Profesorado	Monteagudo Cabaleiro, Antonio			
Correo-e	antonio.monteagudo@gmail.com			
Web				

Descripción general Las últimas décadas han sido testigo de un enorme desarrollo de las tecnologías de la comunicación y de la libre circulación de mercancías y capitales, así, las economías han experimentado una fuerte internacionalización. Este hecho ha supuesto para la empresa tanto una oportunidad como un reto. El mercado pasa a ser mundial, y se hace preciso conocer las oportunidades y los riesgos existentes (y la forma de realizar la cobertura de los mismos).
El objetivo de esta materia es profundizar en el manejo de los medios de pago internacionales, los medios de contratación, medidas de política comercial, obstáculos al comercio, medidas de fomento de la exportación, gestión aduanera, transporte internacional o los INCOTERMS.

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C1	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.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C13	CE13. Conocer los reglamentos de los impuestos, en particular los que afectan a las transacciones, con el fin de saber cumplimentar las correspondientes declaraciones, así como el régimen jurídico de la obligación tributaria y los procedimientos de aplicación de los tributos, en especial la liquidación, recaudación e inspección.
C14	CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
C16	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.
C23	CE23. Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.

C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D12	CT12. Creatividad.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D16	CT16. Iniciativa.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
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.	B1 B2 B3 B4 B6	C1 C6 C13 C14 C16 C23 C24 C26
Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C1 C6 C13 C14 C16 C23 C24 C26
Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.		D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18

Contenidos

Tema

PARTE I. INTRODUCCIÓN	1.1 Comercio exterior, interior e internacional. Organismos económicos internacionales.
1. Conceptos básicos.	1.2 Las operaciones empresariales internacionales.
	1.3 Teoría simple de la balanza de pagos. La balanza de pagos de España.
2. La compraventa internacional.	2.1 El contrato de compraventa internacional de mercancías.
	2.2 Las condiciones y medios de pago.
	2.3 Términos comerciales de la compraventa internacional (INCOTERMS).
PARTE II. FISCALIDAD Y ASPECTOS CONEXOS	3.1 Los instrumentos de protección: concepto y clasificación. Descripción de los instrumentos más comunes.
3. La protección exterior.	3.2 Regímenes comerciales de importación y exportación.
4. Arancel de aduanas e IVA.	4.1 Concepto y clasificación de los derechos arancelarios.
	4.2 La Nomenclatura Combinada y el TARIC.
	4.3 Procedimientos para determinar el valor en aduana. Despacho aduanero.
	4.4 El IVA en las relaciones exteriores.
PARTE III. FOMENTO DE LA EXPORTACIÓN	5.1. Organismos y programas de apoyo a la exportación en España.
5. Política de fomento de la exportación.	5.2. Herramientas públicas para la internacionalización de la pyme.
	5.3. Servicios de internacionalización del ICEX y programas europeos.
	5.4. Financiación y seguros para la internacionalización.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	23	19	42
Seminario	22	40	62
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	15	16
Examen de preguntas objetivas	1	7	8
Examen de preguntas de desarrollo	2	20	22

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición de los conceptos teóricos en clases fomentando la participación del alumnado.
Seminario	Actividad enfocada al trabajo sobre un tema específico, que permite ahondar o complementar los contenidos de la materia. Se pueden emplear como complemento de las clases teóricas.

Atención personalizada

Pruebas	Descripción
Examen de preguntas de desarrollo	En el horario de tutorías será los martes de 9:30 a 11:30.
Resolución de problemas y/o ejercicios	En el horario de tutorías será los martes de 9:30 a 11:30.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Lección magistral	Asistencia, participación y test en las clases	10	C1 C13 C14 C16 C23	D4 D6 D7 D11
Seminario	Participación en seminarios	20	B5 C13 C23	D2 D3 D5 D6 D8 D9 D11 D13 D15 D16 D17 D18
Examen de preguntas objetivas	Exámenes de preguntas objetivas	30	C13 C23	D3 D4
Examen de preguntas de desarrollo	Preguntas teóricas y prácticas	40	C13 C23	D3 D4

Otros comentarios sobre la Evaluación

Evaluación continua: En esta asignatura se sigue el sistema de evaluación continua. No obstante, se puede renunciar explícitamente a dicha evaluación continua.

Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá cubrir un formulario enviado por correo electrónico por el profesorado responsable de la materia, y que precederá a enviar una copia a la persona coordinadora del Grado (fc.organizacion@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende que la/el alumna/o sigue la evaluación continua, renunciando a la evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre.

El alumnado en evaluación CONTINUA está obligado a cumplir los siguientes requisitos:

- Asistir a las clases prácticas (80% mínimo). Los justificantes de no asistencia se analizarán para cada situación en particular.
- Realizar todas las actividades programadas para las prácticas (habitualmente 1 por clase práctica). De este modo, si una alumna o alumno no asistiese a clase (de forma justificada) deberá entregar la/s tarea/s o actividad/s en los 3 días siguientes a la fecha máxima de entrega, no teniendo en cuenta la no asistencia solo para el cálculo del porcentaje de asistencia mínima (80%).
- Aprobar todas las pruebas, prácticas, exámenes, es decir, se debe aprobar todas y cada una de las partes de la materia (prácticas, exámenes...) por separado, para poder optar a la media de la evaluación continua.
- La calificación final se calculará de la siguiente forma:

(nota de asistencia y participación en las clases teóricas) x 0,10 +

(realización de ejercicios y trabajos, tanto en clase como fuera de clase) x 0,20 +

(nota examen parcial 1 de preguntas objetivas y teóricas) x 0,30 +

(nota examen parcial 2 de preguntas objetivas y teóricas) x 0,40.

Evaluación GLOBAL: El alumnado debe aprobar el examen fijado oficialmente (con una nota mínima de un 5). La materia que entrará para ambos tipos de evaluación (continua y global) será tanto la impartida en las clases teóricas como la impartida en las clases prácticas, y estará disponible en Moovi todo ese contenido.

Segunda oportunidad: El alumnado en evaluación Continua podrá presentarse al examen de convocatoria extraordinaria siempre que no haya superado alguna de las pruebas, prácticas o exámenes planteados.

El alumnado en evaluación Global que no supere el examen en convocatoria ordinaria podrá presentarse al examen de convocatoria extraordinaria.

La materia que entrará en dichos exámenes será tanto la impartida en las clases teóricas como la impartida en las clases prácticas, y todo ese contenido estará disponible en Moovi.

Convocatoria fin de carrera: En esta convocatoria no se aplica el sistema de evaluación continua, por lo que el alumnado deberá superar (5 sobre 10) el examen en la fecha fijada oficialmente. Se examinará tanto de la teoría como de la práctica.

Notas finales: En todos los sistemas, oportunidades y convocatorias el aprobado es el 50% de la nota máxima posible.

Las fechas de los exámenes se pueden consultar en la página web del centro
<https://fcomercio.uvigo.es/docencia/examenes/>

Un comportamiento inadecuado en el aula (se valorará: participación, actitud, puntualidad) o el uso inadecuado de los dispositivos móviles pueden afectar negativamente a la calificación final del alumnado.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

GONZÁLEZ LÓPEZ, M.I., MARTÍNEZ, A.I. et al, **Gestión del comercio exterior de la empresa**, 3ª edición, ESIC, 2014

SÁNCHEZ MUÑOZ, M.P. y LAGUNA, N., **El comercio exterior de España. Teoría y práctica**, 3ª edición, Pirámide, 2012

Cámara de Comercio Internacional, **Incoterms 2020: reglas de ICC para el uso de términos comerciales nacionales e internacionales**, 1ª edición, Barcelona : Cámara de Comercio Internacional, 2019

Gil Miffut, JA., **Información y gestión operativa de la compraventa internacional. COMM0110.**, 1ª edición, Antequera : IC Editorial, 2023

Bibliografía Complementaria

Páginas web recomendadas, www.wto.org,

Páginas web recomendadas, www.europa.es,

Páginas web recomendadas, www.comercio.es,

Páginas web recomendadas, www.icex.es,

Páginas web recomendadas, www.igape.es,

Páginas web recomendadas, www.aeat.es,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Marketing internacional/V06G270V01603

Tributación de las operaciones comerciales/V06G270V01605

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Economía: Economía española y mundial/V06G270V01201

Economía: Macroeconomía/V06G270V01202

Economía: Microeconomía/V06G270V01101

Investigación de mercados/V06G270V01802

Otros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS**Idioma para la negociación intercultural: Inglés**

Asignatura	Idioma para la negociación intercultural: Inglés			
Código	V06G270V01505			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	García de la Puerta, Marta González Crespan, María Araceli			
Profesorado	González Crespan, María Araceli			
Correo-e	acrespan@uvigo.es mpuerta@uvigo.es			
Web	http://https://moovi.uvigo.gal/course/view.php?id=3101			
Descripción general	Profundización en los aspectos comunicativos comerciales en lengua inglesa, centrados en las negociaciones y los componentes culturales que inciden en la comunicación. Se abordarán las cuatro macrodestrezas comunicativas así como las microdestrezas profesionales, con textos académicos, especializados y auténticos. Entre otros temas, se prestará especial atención a las negociaciones comerciales y a las reuniones de empresa (internas y externas) en un contexto internacional, a los aspectos culturales que afectan a las relaciones comerciales, así como a los elementos básicos del marketing funcional.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código				
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.			
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.			
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales			
C3	CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.			
C18	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.			
C23	CE23. Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.			
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).			
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.			
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.			
D12	CT12. Creatividad.			

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales	A4	B4	D1 D7
Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales		B6	D9 D12
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, prestando especial atención a la igualdad y la diversidad.		C3	D9
Conocer y saber utilizar la lengua inglesa de manera inclusiva y no sexista, a nivel oral y escrito, con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.	A4	C18	D1
Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.		C23	D7

Contenidos	
Tema	
Diversidad cultural y comercio	Cultura en la empresa Contactos interculturales Gestión de conflictos Igualdad y diversidad
Reuniones	Presidir una reunión Toma de decisiones Expresar opiniones, interrumpir y clarificar Concluir y cerrar la sesión Lenguaje inclusivo y no sexista
Negociaciones	Preparación y objetivos Proceso negociador Aceptación y confirmación Resumen y conclusiones Tipos de negociación, tácticas y estrategias Lenguaje inclusivo y no sexista
El mix de marketing	Producto Precio Distribución Promoción Informe y presentación oral

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Lección magistral	20	44	64
Prácticas de laboratorio	18	18	36
Examen de preguntas objetivas	2	8	10
Simulación o Role Playing	4	0	4
Presentación	2	5	7
Portafolio/dossier	0	6	6
Examen de preguntas objetivas	2	20	22

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

Metodologías	
	Descripción
Actividades introductorias	Presentación de la materia, del sistema de trabajo y de la evaluación
Lección magistral	Presentación de los contenidos teóricos, discusión de los mismos e instrucciones para los trabajos y ejercicios a realizar
Prácticas de laboratorio	Puesta en práctica de las destrezas comunicativas en inglés en grupos pequeños, a través de actividades individuales, por parejas o en grupo

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	Sesiones en grupos pequeños con énfasis especial en las destrezas orales (comprensión y expresión).

Evaluación					
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Examen de preguntas objetivas	Prueba para unidades 1 y 2. Incluye tanto preguntas cerradas como de respuesta corta. Las preguntas versarán sobre vocabulario, funciones de lengua y uso apropiado de inglés en contexto, lectura, escucha, escritura o contenido comunicativo.	20	A4	B4 C3 D1 B6 C18 D7 C23 D9 D12	
Simulación o Role Playing	Actividad para aplicar el conocimiento de reuniones y técnicas de negociación. Puede ser una simulación, comprensión oral y/o una prueba escrita. Parcial o completamente será evaluado por pares.	15		B4 C18 D1 D7 D9	
Presentación	Actividad de grupo sobre el marketing mix de un servicio/producto o idea empresarial para introducirse en un mercado extranjero. Se hará una presentación en clase.	10	A4	B4 C18 D1 B6 C23	

Portafolio/dossier	Actividad de grupo sobre el marketing mix de un servicio/producto o idea empresarial para introducirse en un mercado extranjero. Informe escrito.	15	A4	B4	C18	D1
				B6	C23	
Examen de preguntas objetivas	Prueba final, incluyendo todas las unidades y materiales del curso. Preguntas cerradas y de respuesta corta. Las preguntas versarán sobre vocabulario, funciones de lengua y uso apropiado de inglés en contexto, lectura, escucha, escritura y contenido comunicativo del curso.	40	A4	B4	C3	D1
				B6	C18	D7
					C23	D9
						D12

Otros comentarios sobre la Evaluación

ASISTENTES: La evaluación será continua. Es obligatoria la asistencia al 75% de todas las sesiones presenciales para disfrutar de evaluación continua. La impuntualidad será considerada como no asistencia. Las actividades que la profesora solicite realizar dentro o fuera del aula, con o sin previo aviso, han de ser entregadas puntualmente para ser evaluadas.

El alumnado que no supere la evaluación continua en la primera edición de actas tendrá que hacer un examen en la segunda edición de actas que supondrá el 100% de la calificación final.

NO ASISTENTES: Si alguna alumna o alumno no puede asistir al 75% de las sesiones presenciales **deberá comunicarlo a la profesora argumentadamente en el primer mes**. Este alumnado realizará en la primera edición de actas una prueba final que supondrá el 100% de la calificación final. Si no supera la materia en la primera edición de actas, podrá presentarse en la segunda.

Las fechas oficiales de examen son las que figuran en la página web de la Facultad de Comercio: <https://fcomercio.uvigo.es/>

N.B.: En caso de cualquier tipo de plagio la calificación final será de suspenso.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Adichi, Chimamanda Ngozi, **The danger of a single story**, TEDGlobal, 2009

Cotton, David, **Market Leader Intermediate**, Pearson, 2010

Hobbs, Martin and Julia Starr Keddle, **Commerce 2**, Oxford University Press, 2007

Morrison, Janet, **The International Business Environment**, 1st edition, Palgrave, 2002

Robinson, Nick, **Cambridge English for Marketing**, 1st edition, Cambridge University Press, 2010

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

Trappe, Tonya, **Intelligent Business Intermediate**, Pearson Education, 2005

Bibliografía Complementaria

Benford, Michael and Ken Thomson, **Trade Matters. English for International Trade**, 1ª edición, Río Press/Richmond, 2018

Hughes, John and Andrew Mallett, **Successful Meetings**, 1st edition, Oxford University Press, 2012

Lozano Irueste, José María, **Diccionario bilingüe de economía y empresa**, 6ª edición, Pirámide, 2001

Mascull, Bill, **Business Vocabulary in Use. Intermediate**, 2nd edition, Cambridge University Press, 2012

Powell, Mark, **International negotiations**, Cambridge University Press, 2012

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Idioma para la comunicación internacional: Inglés/V06G270V01807

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Idioma comercial: Inglés/V06G270V01304

Otros comentarios

Una bibliografía completa así como los materiales para lo correcto seguimiento de la materia se incorporará en la plataforma Moovi.

NOTA INFORMATIVA: Para fomentar la participación en actividades complementarias de interés como visitas a las empresas, charlas, mesas redondas, conferencias, seminarios o similares, organizadas por el centro, la universidad u otras entidades, la asistencia acreditada de las que la profesora indique durante el cuatrimestre podrán tener un reconocimiento en la calificación final de hasta 0,5 puntos. Esta medida sólo será de aplicación para el alumnado que tenga una calificación mínima de APROBADO (5).

DATOS IDENTIFICATIVOS**Idioma para la negociación intercultural: Alemán**

Asignatura	Idioma para la negociación intercultural: Alemán			
Código	V06G270V01507			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua	Alemán			
Impartición	Castellano			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	Barsanti Vigo, María Jesús			
Profesorado	Barsanti Vigo, María Jesús			
Correo-e	barsanti@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	En este curso de Idioma para la negociación intercultural: Alemán, se profundizará sobre los contenidos y habilidades alcanzadas en la asignatura de Idioma Comercial I: Alemán. Se analizarán las necesidades en la empresa y en su entorno, su funcionamiento en el ámbito de las relaciones internacionales, así como la creación de empresas en el exterior y la financiación de la empresa y su mercado, el comercio exterior, las negociaciones y la compra-venta y la distribución y el transporte, además de los seguros y los pagos internacionales.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
C3	CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.
C18	CE18. Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.	C3 C18
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.	C18
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.	C18
Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales.	C18
Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.	C18 C26
Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).	C18

Contenidos

Tema	
1. Der Genitiv	1. Vorlektion: Lerntipps
2. Das Verb: Präteritum, Perfekt und Plusquamperfekt.	2. Die Zwecke und die Konkurrenzfähigkeit
3. Modalverben.	3. Die Führung
4. Das Nomen: Deklination.	4. Die Finanzierung
5. Präpositionale Strukturen.	5. Anfrage und Angebot

6. Unbestimmte Pronomen.	6. Werbebrief und Nachfassbrief
7. Wechselpräpositionen.	7. Bestellung oder Widerruf und Lieferung
8. Die Pronomen.	8. Zahlung

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	10	0	10
Trabajo tutelado	5	0	5
Prácticas de laboratorio	34	0	34
Resolución de problemas de forma autónoma	0	96	96
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	5	5

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Presentación de contenidos teóricos y de actividades a realizar en el aula
Trabajo tutelado	Resolución de tareas y actividades orales y escritas
Prácticas de laboratorio	Presentación de trabajos, tareas y ejercicios
Resolución de problemas de forma autónoma	Preparación de tareas, trabajos y estudio de contenidos

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajo tutelado	En las horas de trabajo autónomo del alumno
Prácticas de laboratorio	En las horas prácticas de la materia y realizadas en grupo

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Trabajo tutelado	Corrección individualizada de los trabajos gramaticales y léxicos	30	C3 C18 C26
Resolución de problemas de forma autónoma	El alumno realizará ejercicios de tipo práctico sobre cuestiones gramaticales y léxicas.	30	C3 C18 C26
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba de carácter escrito sobre cuestiones gramaticales y léxicas aprendidas en el aula	40	C3 C18 C26

Otros comentarios sobre la Evaluación

1ª convocatoria enero-mayo:

La evaluación y la consiguiente calificación del trabajo del alumnado se llevará a cabo con un procedimiento de evaluación continua de acuerdo con los porcentajes descritos más arriba. El examen final escrito se realizará la última semana de clase. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 4 para optar a superar la materia.

Los alumnos pueden renunciar a la evaluación continua: para ello presentaran un escrito indicando su expreso deseo de renuncia durante el primer mes de clase; la evaluación de la asignatura la obtendrán de la calificación alcanzada en un examen único final con el total del contenido de la asignatura. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 5 para superar la materia.

2ª Convocatoria junio-julio: Examen teórico-práctico escrito de los contenidos del curso por el 100% de la calificación. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 5 para superar la materia.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Schlüter, Sabine, **Menschen. Deutsch als Fremdsprache Berufstrainer A1**, 2020
Langenscheidt, **Diccionario Moderno Alemán-Español/Español-Alemán**, 2019

Bibliografía Complementaria

Castell, Andreu, **Gramática de la lengua alemana**, 2024

Terencia Silva Rojas, Beatriz Figueroa Revilla, M^a José Corvo Sánchez, M^a Jesús Barsanti Vigo y Mari, **Diccionario Cuatrilingüe de Marketing y Publicidad: Inglés, Español, Francés y Alemán.**, 2009

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

Idioma comercial: Alemán/V06G270V01306

Otros comentarios

Se recomienda tener conocimientos de lengua alemana. Nivel mínimo requerido A1.1

DATOS IDENTIFICATIVOS**Presentación e interpretación de la información financiera**

Asignatura	Presentación e interpretación de la información financiera			
Código	V06G270V01601			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Crespo Domínguez, Miguel Ángel			
Profesorado	Crespo Domínguez, Miguel Ángel Martínez Salgueiro, Andrea			
Correo-e	macrespo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Análisis de la información financiera de las sociedades mercantiles utilizando sus cuentas anuales general			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados previstos en la materia

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

Capacidad para analizar y evaluar la situación económico-financiera de las sociedades mercantiles.	B2	C4	D1
	B3	C6	D3
	B4	C20	D4
	B5	C24	D5
			D6
			D9
			D11
			D13
			D15
			D18

Contenidos

Tema

1.El Análisis Financiero	1. Introducción La Información Económico-Financiera Fundamentos Objetivos
2. Los Estados Financieros	2. Balance Cuenta de Resultados Estado de Cambios en el Patrimonio Estado de Flujos de Tesorería Memoria
3. Combinaciones de Negocios y Consolidación de Estados Financieros	3 Introducción Combinaciones de Negocios Formulación de Cuentas Anuales Consolidadas
4. La Opinión de Auditoría	4 Introducción Las Normas de Auditoría El Informe de Auditoría
5. El Análisis Económico-Financiero	5. El Análisis Económico-Financiero Introducción. Instrumentos y Técnicas del Análisis Detección de Prácticas de Distorsión de la Información Financiera Cálculo y Evaluación de la Rentabilidad Cálculo y Evaluación del Riesgo Predicción de la Insolvencia Empresarial y Calificación de Títulos La Calificación de Títulos

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas	19	45	64
Lección magistral	27	56	83
Resolución de problemas y/o ejercicios	3	0	3

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

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas	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 casos planteados de forma autónoma.
Lección 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
Lección magistral	Exposición na aula por parte do profesor dos contidos máis relevantes, a partir da base de material docente posto a disposición dos alumnos en plataforma e bibliografía indicada.
Resolución de problemas	Proposta de exercicios prácticos en grupo de laboratorio reducido como complemento da explicación teórica dos contidos da materia. Resolución conxunta cos alumnos e atención personalizada do docente. Resolución de dúbidas aos alumnos e consideración, cando cumpra, de ferramentas informáticas.

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Lección magistral Resolución de una prueba escrita presencial, al final del cuatrimestre, sobre la adquisición de competencias de la materia. Se exige un nivel mínimo obligatorio (5/10) para superar la convocatoria.	40	B2 C4 B3 C6 B4 C20 B5 C24
Resolución de problemas y/o ejercicios Evidencias de aprendizaje a través de un conjunto de actividades propuestas al alumno para consolidar su proceso de aprendizaje durante el curso académico y evaluadas en grupo reducido con carácter voluntario. Evaluación de habilidades de trabajo en grupo y adaptación a entornos de trabajo con especial énfasis en el comportamiento social. Los estudiantes que hayan obtenido más de 4 puntos en cada prueba y cuya nota media ponderada sea igual o superior a 5 puntos habrán superado la materia. El examen final permitirá mejorar la nota obtenida en evaluación continua.	60	B2 C4 D1 B3 C6 D3 B4 C20 D4 B5 C24 D5 D6 D9 D11 D13 D15 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

Evaluación continua

Tres pruebas de seminario: cada prueba puntúa sobre 10 puntos con la siguiente ponderación: Cuentas Individuales 20%, Cuentas Consolidadas 20%, Análisis Contable 20% (esto suma el 60%) Las pruebas serán exclusivamente por escrito.

Un examen de preguntas de desarrollo exclusivamente por escrito. (Aspectos teóricos e Informes de Auditoría) con una ponderación del restante 40%.

Los estudiantes que hayan obtenido más de 4 puntos en cada prueba y cuya nota media ponderada sea igual o superior a 5 puntos habrán superado la materia.

En caso contrario, la calificación será suspenso y deberán acudir a la evaluación global.

Quienes hayan tenido una calificación igual o mayor a 5 en dos o más pruebas no tendrán que examinarse de las mismas en la 1ª convocatoria de evaluación global.

Se dará la oportunidad de mejorar la nota de evaluación continua presentándose a la prueba de evaluación global que integrará todas las partes.

Evaluación Global

Alternativamente al sistema de evaluación continua, el estudiante podrá optar por ser evaluado, cumpliendo la normativa vigente y dentro de los plazos legales establecidos, con una prueba final que supondrá el 100% de la calificación. Igual para la segunda convocatoria.

Si la prueba constase de varias partes deberá obtenerse un mínimo de 4 puntos sobre 10 en cada una de ellas y una nota media ponderada igual o superior a 5 puntos para superar la materia, idéntico criterio al de evaluación continua.

Fin de Carrera

En la convocatoria de fin de carrera, el examen supondrá el 100% de la calificación

Si la prueba constase de varias partes deberá obtenerse un mínimo de 4 puntos sobre 10 en cada una de ellas y una nota media ponderada igual o superior a 5 puntos para superar la materia, idéntico criterio al de evaluación continua y evaluación global.

Fechas de exámenes

Deberán ser consultadas en la Página web de la Facultad.

Horario de tutorías

Estará disponible en la plataforma MOOVI.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Marketing internacional				
Asignatura	Marketing internacional			
Código	V06G270V01603			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Rodríguez Domínguez, María del Mar			
Profesorado	Rodríguez Domínguez, María del Mar			
Correo-e	mrdguez@uvigo.es			
Web	http://moovi@uvigo.gal			
Descripción general	Esta asignatura desarrolla su contenido en el seno del proceso de internacionalización de la empresa. Para ello se tratarán temas relacionados con el marketing estratégico análisis y diagnóstico de los mercados internacionales y estrategias de acceso a dichos mercados así como temas de marketing operativo relativos a las variables fundamentales del marketing			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C1	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.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C23	CE23. Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Adquirir conocimientos sobre la gestión del Marketing Internacional en un entorno global.	B1 B6	C1 C6 C23
Aplicación de conocimientos y habilidades en la resolución de casos reales de empresas internacionales.	B2 B3 B5 B6	C1 C6 C23 C24 C26

Desarrollo y presentación de un plan de internacionalización para una empresa real.

B2 C6
B3 C23
B4 C24
B5 C26
B6

Contenidos

Tema	
TEMA 1.-INTRODUCCIÓN AL MARKETING INTERNACIONAL.	1.El marketing internacional en la actividad empresarial. 2.El proceso de internacionalización de la empresa.
TEMA 2.- PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN.	1.Estructura y contenido del Plan de Internacionalización. 2.Análisis, diagnóstico y toma de decisiones de la empresa sobre el mercado internacional.
TEMA 3.- ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SELECCIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES	1.Análisis del país y de las características del mercado. 2.Análisis de la información sectorial. 3.Selección de países más favorables. 4.Selección mercados objetivo.
TEMA 4.- ESTRATEGIAS DE ENTRADA EN MERCADOS INTERNACIONALES.	1.Alternativas estratégicas para entrar en los mercados internacionales. 2.Modos de operación indirectos. 3.Modos de operación directos 4.Modos de operación mixtos. 5.Filiales de producción.
TEMA 5.- OFERTA INTERNACIONAL.	1.Estrategia internacional de producto. 2.Diseño del producto internacional. 3.Cálculo de precios internacionales. 4.Elaboración de la oferta.
TEMA 6.- POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.	1.Marca internacional: Arquitectura de marca. 2.Estrategias de marca internacional. 3.Instrumentos de comunicación en el Marketing Internacional

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	24	30	54
Estudio de casos	16	31	47
Aprendizaje basado en proyectos	6	33	39
Actividades introductorias	1	2	3
Examen de preguntas objetivas	2	5	7

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición de los conceptos teóricos en la clase fomentando la participación de los alumnos.
Estudio de casos	Estudio y trabajo sobre casos reales de empresas internacionales, análisis de situaciones, comentario de novedades, debates etc. Esta actividad se podrá llevar a cabo individualmente o en grupo.
Aprendizaje basado en proyectos	El alumnado trabajará en grupo sobre un Plan de Internacionalización. Este proyecto se expondrá al finalizar la materia.
Actividades introductorias	Exposición del profesor sobre la integración e interrelación de la materia en el plan de estudios.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Habrà atención personalizada, en las horas asignadas a tutorías, para el seguimiento y control del proyecto, estudio y comprensión de la materia así como para los trabajos derivados de el estudio de casos y análisis de la situación.
Aprendizaje basado en proyectos	Habrà atención personalizada, en las horas asignadas a tutorías, para el seguimiento y control del proyecto, estudio y comprensión de la materia así como para los trabajos derivados de el estudio de casos y análisis de la situación.

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje

Estudio de casos	Se valorará el desarrollo, presentación y entrega de los casos prácticos.	20	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C1 C6 C23 C24 C26
Aprendizaje basado en proyectos	Se valorará el desarrollo, contenido y presentación del Plan de Internacionalización.	40	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C1 C6 C23 C24 C26
Examen de preguntas objetivas	Pruebas que combinan preguntas tipo test y respuesta corta	40	B1 B2 B3 B4 B6	C1 C6 C23 C24 C26

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para seguir la asignatura por evaluación continua el alumnado debe participar y realizar las actividades planificadas en las sesiones prácticas como mínimo en un 75% así como desarrollar las distintas fases del plan de internacionalización según el calendario previsto el inicio de la materia. Además de lo anterior el alumnado podrá superar la materia con la realización de dos exámenes parciales eliminatorios de materia y si no fuera así tendrán la opción del examen final oficial establecida por el centro.

En caso de que el alumno/a no siga la evaluación continua, deberá renunciar por escrito durante el primer mes de docencia de la asignatura.

Los alumnos/as que no sigan la materia por evaluación continua deberán presentarse al examen oficial establecido por el centro en su calendario de exámenes con una puntuación de 0 a 10 y una ponderación del 60% de la nota final, así como la realización y presentación previa al examen del Plan de Internacionalización de empresa que obtenga una cualificación de aprobado (>=5) y que tendrá una ponderación del 40% en la nota final de la materia.

En la convocatoria de segunda oportunidad el alumno/a podrá presentarse al examen oficial establecido por el Centro en su calendario de exámenes con una puntuación de 0 a 10. No obstante, es requisito indispensable para superar la materia a realización del Plan de Internacionalización de empresa que obtenga una cualificación de aprobado (>=5).

Las fechas de los exámenes oficiales, pueden consultarse en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Aparicio Varas, Fernando, **Manual de comercio electrónico para la internacionalización**, 1ª, ICEX_CECO, 2015

Arteaga Ortiz, Jesús (Coord), **Manual de Internacionalización**, 3ª, ICEX_CECO, 2023

Bradley, Frank y Calderón, Haydée, **Marketing Internacional**, 5ª, Pearson-Prentice Hall, 2006

Cateora, Philip R, **Marketing Internacional**, 18ª, Mc.Graw Hill, 2020

Cerviño, Julio, **Marketing Internacional: Nuevas perspectivas en un mercado globalizado**, 1ª, Mc. Graw Hill, 2006

Cerviño, Julio, **Marcas Internacionales: cómo crearlas y gestionarlas**, 1ª, Pirámide, 2002

Cerviño, Julio, **Marketing Sectorial**, 1ª, ESIC, 2008

Kotler, Philip y otros, **Marketing Internacional de lugares y destinos**, 1ª, Pearson-Prentice Hall, 2007

Llamazares García-Lomas, Olegario., **Plan de Internacionalización para empresas**, Global Marketing, 2017

Llamazares García-Lomas, Olegario, **Marketing Internacional**, Global Marketing, 2016

Bibliografía Complementaria

Ortega Gimenez, Alfonso, **Plan de Internacionalización Empresarial**, ESIC, 2015

Ortega Giménez, Alfonso (dir), **Cómo crear un Plan de Internacionalización empresarial**, 1ª, ESIC, 2024

Roger A Kerin y Steve W. Harley, **Marketing**, 13ª, Mc.Graw Hill, 2018

Real Instituto Elcano, **Think-tank español líder en estudios internacionales y estratégicos, y un centro de pensamiento de referencia en Europa y en el mundo.**

Foro de Marcas Renombradas Españolas, **Organización público privada especializada en la internacionalización de empresas.**

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Gestión del comercio exterior/V06G270V01504

Idioma para la negociación intercultural: Inglés/V06G270V01505

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204

Empresa: Principios de gestión responsable/V06G270V01103

Idioma comercial: Inglés/V06G270V01304

Marketing estratégico/V06G270V01403

DATOS IDENTIFICATIVOS**Derecho del trabajo**

Asignatura	Derecho del trabajo			
Código	V06G270V01604			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 3	Cuatrimestre 2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Derecho público especial			
Coordinador/a	Megías Bas, Antonio			
Profesorado	Airas Cotovad, Xurxo Anxo Megías Bas, Antonio			
Correo-e	antonio.megias@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Conocer la regulación esencial de las relaciones laborales individuales y colectivas; así como el esquema específico de fuentes del que dimana dicha regulación.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
C12	CE12. Entender la normativa reguladora de las relaciones laborales y de la seguridad social, adquiriendo la capacidad de informar y gestionar en materia de empleo, contratación laboral y riesgos para la salud asociados a las tareas, adquiriendo capacidades y destrezas para la confección de nóminas, cotizaciones sociales y finiquitos.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Ser capaz de aprehender sistemáticamente el ordenamiento jurídico-laboral.	C12	D3 D4
Ser capaz de identificar los problemas jurídicos del Derecho del Trabajo y abordar su solución en una perspectiva interdisciplinar.	C12	D3 D4 D5
Redactar algunos documentos jurídico-laborales básicos, tales como, contratos, cartas de despido, finiquitos..., debiendo estar capacitado, asimismo, para realizar el cálculo de indemnizaciones y liquidaciones por fin de contrato.	C12	D4 D5 D15 D17
Conocer los principios básicos de la contratación laboral y la funcionalidad de sus diferentes tipos.	C12	D4 D5 D6
Capacidad para trabajar individualmente y en equipo.	C12	D3 D4 D8 D9 D15

Contenidos

Tema	
PARTE I: INTRODUCCION Y FUENTES.	1. EL OBJETO DEL DERECHO DEL TRABAJO 2. NACIMIENTO Y DESARROLLO DEL DERECHO DEL TRABAJO
TEMA 1. Introducción	3. LAS FUNCIONES DEL DERECHO DEL TRABAJO 4. LA EVOLUCIÓN EN ESPAÑA 5. PROBLEMAS ACTUALES DEL DERECHO DEL TRABAJO

TEMA 2. FUENTES DEL ORDENAMIENTO LABORAL.	<ol style="list-style-type: none"> 1. CONCEPTO Y ENUMERACIÓN DE LAS FUENTES 2. LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA DE 27 DE DICIEMBRE DE 1978 3. LAS NORMAS INTERNACIONALES Y SUPRANACIONALES 4. LAS LEYES 5. LOS REGLAMENTOS 6. EL PODER NORMATIVO DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS 7. LOS CONVENIOS COLECTIVOS 8. LA COSTUMBRE 9. LOS PRINCIPIOS GENERALES DEL DERECHO 10. LA JURISPRUDENCIA 11. RELACIONES ENTRE NORMAS Y AUTONOMÍA INDIVIDUAL (I): LAS CONDICIONES MÁS BENEFICIOSAS CONTRACTUALES 12. RELACIONES ENTRE NORMAS Y AUTONOMÍA INDIVIDUAL (II): INDISPONIBILIDAD DE DERECHOS
PARTE II: LA RELACION INDIVIDUAL DE TRABAJO.	<ol style="list-style-type: none"> 1. EL CONTRATO DE TRABAJO: CONCEPTO, FUNCIONES, ELEMENTOS 2. RELACIONES LABORALES EXCLUIDAS DEL ORDENAMIENTO LABORAL
TEMA 3. EL CONTRATO DE TRABAJO.	<ol style="list-style-type: none"> 2.1. Exclusión del trabajo autónomo o por cuenta propia 2.2. Relaciones laborales expresamente excluidas del ET 3. RELACIONES LABORALES ESPECIALES 4. LA CAPACIDAD PARA CONTRATAR COMO TRABAJADOR <ol style="list-style-type: none"> 4.1. En función de la edad 4.2. En función de la nacionalidad 4.3. La libertad de circulación de trabajadores en la UE 5. CAPACIDAD PARA TRABAJAR 6. EL EMPRESARIO LABORAL
TEMA 4. CONTRATACIÓN LABORAL.	<ol style="list-style-type: none"> 1. LA LIBERTAD EMPRESARIAL DE CONTRATACIÓN 2. LA FORMA DEL CONTRATO 3. EL PERÍODO DE PRUEBA 4. LA DURACIÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO: POR TIEMPO INDEFINIDO O POR DURACIÓN DETERMINADA 5. LA CONTRATACIÓN TEMPORAL EN LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS 6. CONTRATOS FORMATIVOS 7. EL CONTRATO DE TRABAJO A TIEMPO PARCIAL Y EL CONTRATO DE RELEVO 8. CONTRATO FIJO DISCONTINUO 9. TRABAJO A DISTANCIA
TEMA 5. Relaciones triangulares de trabajo y transmisión de empresas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. INTERMEDIACIÓN LABORAL. Servicios públicos de empleo y agencias de colocación. 2. CONTRATACIÓN Y SUBCONTRATACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL 3. CESIÓN DE TRABAJADORES 4. LAS EMPRESAS DE TRABAJO TEMPORAL 5. LA TRANSMISIÓN DE EMPRESAS
Tema 6. Empleabilidad y fomento del empleo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. COLECTIVOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA. 2. CONTRATACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Contrato temporal de fomento del empleo 2.2. Centros especiales de empleo, enclaves laborales y empleo con apoyo 3. EL CONTRATO TEMPORAL DE FOMENTO DEL EMPLEO EN EMPRESAS DE INSERCIÓN
TEMA 7. LA RETRIBUCION.	<ol style="list-style-type: none"> 1. CONCEPTO DE SALARIO 2. PERCEPCIONES EXTRASALARIALES 3. COMPOSICIÓN DEL SALARIO 4. MODALIDADES DEL SALARIO 5. SISTEMAS SALARIALES 6. DETERMINACIÓN DEL SALARIO 7. PAGO DEL SALARIO 8. LA PROTECCIÓN DEL SALARIO
TEMA 8. TIEMPO DE TRABAJO Y DESCANSOS.	<ol style="list-style-type: none"> 1. JORNADA DE TRABAJO 2. HORAS EXTRAORDINARIAS 3. HORAS RECUPERABLES 4. HORARIO DE TRABAJO 5. EL CALENDARIO LABORAL 6. EL DESCANSO SEMANAL 7. LAS FIESTAS LABORALES 8. LAS VACACIONES ANUALES

TEMA 9. EL PODER DE DIRECCIÓN DEL EMPRESARIO Y EL IUS VARIANDI.

La prestación laboral: Determinación y modificación
1. DETERMINACIÓN DE LA PRESTACIÓN: LA CLASIFICACIÓN PROFESIONAL
2. LA MOVILIDAD FUNCIONAL
3. ASCENSOS
4. LA MOVILIDAD GEOGRÁFICA
5. LA MODIFICACIÓN SUSTANCIAL DE LAS CONDICIONES DE TRABAJO

Otros derechos y deberes laborales
1. DERECHOS DEL TRABAJADOR
2. DEBERES DEL TRABAJADOR
3. EL PODER DE DIRECCIÓN DEL EMPRESARIO

TEMA 10. LA SUSPENSIÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO.

Interrupción y suspensión del contrato
1. INTERRUPCIONES RETRIBUIDAS
2. SUSPENSIÓN DEL CONTRATO
3. EXCEDENCIA VOLUNTARIA

El derecho de huelga

El cierre patronal

TEMA 11. LA EXTINCIÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO.

1. EL DESPIDO DISCIPLINARIO
2. EL DESPIDO COLECTIVO
3. DESPIDO POR FUERZA MAYOR
4. DESPIDO POR CAUSAS OBJETIVAS
5. EXTINCIÓN POR MUERTE, JUBILACIÓN O INCAPACIDAD DEL EMPRESARIO
6. EXTINCIÓN DEL CONTRATO POR EXTINCIÓN DE LA PERSONALIDAD JURÍDICA DEL EMPRESARIO
7. DIMISIÓN DEL TRABAJADOR
8. RESOLUCIÓN DEL CONTRATO POR EL TRABAJADOR, POR CAUSA JUSTIFICADA
9. EXTINCIÓN POR MUERTE, JUBILACIÓN O INCAPACIDAD DEL TRABAJADOR
10. EXTINCIÓN POR MUTUO ACUERDO
11. EXTINCIÓN POR CAUSAS PACTADAS
12. EXTINCIÓN DE CONTRATOS TEMPORALES

TEMA 12. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.

La prevención de riesgos laborales. La LPRL y su normativa de desarrollo.
- Derechos y deberes.
- Servicios de prevención.
- Consulta y participación de los trabajadores.
- Responsabilidades.

PARTE III: DERECHO COLECTIVO DEL TRABAJO.

TEMA 13. LIBERTAD SINDICAL.

1. TIPOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES SINDICALES
2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL SINDICATO. ETAPAS DE SU RECONOCIMIENTO LEGAL
3. NORMATIVA INTERNACIONAL SOBRE LIBERTAD SINDICAL
4. NORMATIVA ESPAÑOLA
5. LIBERTAD SINDICAL INDIVIDUAL
6. LIBERTAD SINDICAL COLECTIVA
7. TUTELA DE LA LIBERTAD SINDICAL
8. RESPONSABILIDAD DEL SINDICATO
9. LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES

TEMA 14. Representación y participación en la empresa

1. LA PARTICIPACIÓN DE LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA
2. ÓRGANOS DE REPRESENTACIÓN DEL PERSONAL EN LA EMPRESA
3. FORMAS DE PARTICIPACIÓN
4. LA REPRESENTACIÓN UNITARIA EN EL ORDENAMIENTO ESPAÑOL
5. COMPETENCIAS Y DEBERES DE LOS REPRESENTANTES
6. GARANTÍAS Y FACILIDADES DE LOS REPRESENTANTES
7. REPRESENTACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN EMPRESAS DE ÁMBITO COMUNITARIO
8. DERECHO DE REUNIÓN (ASAMBLEA). ADOPCIÓN DE ACUERDOS
9. LA ACCIÓN SINDICAL EN LA EMPRESA: SECCIONES SINDICALES Y DELEGADOS SINDICALES
10. ÓRGANOS DE REPRESENTACIÓN EN LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos	20	2	22
Lección magistral	25	20	45
Examen de preguntas objetivas	1	30	31
Examen de preguntas objetivas	1	10	11

Resolución de problemas y/o ejercicios	1	20	21
Observación sistemática	1	19	20

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

Metodologías

	Descripción
Estudio de casos	Las clases prácticas se dedicarán al debate con el profesor de los supuestos prácticos planteados previamente por éste. Su finalidad es que el alumnado aplique sus conocimientos teóricos de cara a la resolución de casos reales.
Lección magistral	

Atención personalizada

Pruebas	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumnado podrá resolver dudas sobre algún aspecto de la materia (contenido, trabajo o práctica), así como la atención a sus necesidades y consultas relacionadas con el estudio y / o cuestiones relacionadas con la disciplina, que proporciona orientación, apoyo y motivación en el proceso de aprendizaje.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Examen de preguntas objetivas	TEST1. En este apartado se valoran los conocimientos del alumnado a través de una prueba tipo test, de 3 puntos.	30	C12 D5
Examen de preguntas objetivas	TEST 2. En este apartado se valoran los conocimientos del alumnado a través de una prueba tipo test, de 3 puntos, del resto del temario.	30	C12 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D15 D17
Resolución de problemas y/o ejercicios	En este apartado se valora la resolución de problemas prácticos mediante la realización de un examen práctico. Tendrá un valor de 3 puntos.	30	D3 D4 D5 D6 D9
Observación sistemática	En este apartado se valora la resolución de problemas prácticos planteados por el profesor en/para las clases presenciales prácticas. La mera asistencia a clase, no se valora. Únicamente se valora la participación activa. Esta parte tendrá el valor de 1 punto.	10	C12 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D15 D17

Otros comentarios sobre la Evaluación

CONVOCATORIA ORDINARIA (Sistema de evaluación continua/sistema evaluación final).

FECHA EXAMEN: aprobada en la Junta de Facultad y publicada en la web de la Facultad.

a) Evaluación continua. Para poder optar al sistema de evaluación continua, el alumnado deberá acreditar asistencia a un 80 % de las clases teóricas y prácticas.

EN TODO CASO, PARA PODER SEGUIR LA EVALUACIÓN CONTINUA, ES NECESARIO APROBAR LOS DOS TEST, EL EXAMEN PRÁCTICO Y LA OBSERVACIÓN SISTEMÁTICA. EN CASO CONTRARIO, SE TENDRÁ QUE ACUDIR AL SISTEMA DE EVALUACIÓN FINAL.

ES DECIR:

SI SE SUSPENDE EL TEST 1, AUTOMATICAMENTE SE TENDRÁ QUE SEGUIR EL SISTEMA DE EVALUACIÓN FINAL.

SI NO SE OBTIENE UN 5 SOBRE 10 EN EL EXAMEN PRÁCTICO, SE TENDRÁ QUE ACUDIR AL SISTEMA DE EVALUACIÓN FINAL.

SI NO SE OBTIENE UN 5 SOBRE 10 EN LA OBSERVACION SISTEMATICA, SE TENDRÁ QUE ACUDIR AL SISTEMA DE EVALUACIÓN FINAL.

SI NO SE OBTIENE UN 4 SOBRE 10 EN EL TEST 2 EN LA PRIMERA CONVOCATORIA, EN LA CONVOCATORIA DE JULIO SOLO SE ACUDIRÁ CON ESTA PARTE, GUARDANDO EL RESTO DE LAS NOTAS OBTENIDAS.

SI SE SUPERA LA ASIGNATURA POR EVALUACIÓN CONTINUA, NO SE PODRÁ PRESENTAR AL EXAMEN FINAL PARA SUBIR NOTA.

b) Evaluación final. Quien no opte por evaluación continua, tendrá derecho al sistema de evaluación final, que consistirá en un examen tipo test de toda la materia, que supondrá el 70% de la nota, y un examen práctico, con un valor de 30% de la nota final.

En la convocatoria FIN DE CARRERA el alumnado será evaluado en un examen tipo test de toda la materia, que supondrá el 70% de la nota, y un examen práctico, con un valor de 30% de la nota final..

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Ramírez Martínez, Juan Manuel; García Ortega, Jesús; Pérez de los Cobos Orihuel, Francisco, **Curso básico de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social**, Última edición, Tirant lo Blanch,

Bibliografía Complementaria

AAVV. Director: José María Goerlich Peset, **Derecho del Trabajo**, Última edición, Tirant lo Blanch,

Diéguez, Gonzalo; Cabeza Pereiro, Jaime, **Derecho del Trabajo**, Última edición,

Martín Valverde, Antonio; Rodríguez-Sañudo Gutierrez, Fermín; García Murcia, Joaquín, **Derecho del Trabajo**, Última edición,

Alonso Olea, Manuel; Casas Bahamonde María Emilia, **Derecho del Trabajo**, Última edición,

Molero Manglano, Carlos, **Manual de Derecho del Trabajo**, Última edición,

Palomeque López, M.C.; Alvarez de la Rosa, M., **Derecho del Trabajo**, Última edición,

AAVV, **Legislación de normas laborales y de Seguridad Social**, Última edición,

Recomendaciones

Otros comentarios

Se recomienda la asistencia a las clases -tanto las sesiones teóricas como las prácticas- provistos de los textos legales objeto de explicación y trabajo.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Tributación de las operaciones comerciales**

Asignatura	Tributación de las operaciones comerciales			
Código	V06G270V01605			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Derecho público especial			
Coordinador/a	Muleiro Parada, Luís Miguel Barreiro Carril, María Cruz			
Profesorado	Barreiro Carril, María Cruz			
Correo-e	mcruzbarreiro@uvigo.es lmuleiro@uvigo.es			
Web	http://https://www.uvigo.gal/es/universidad/administracion-personal/pdi/monica-garcia-freiria			
Descripción general	Los impuestos y el sistema tributario en su conjunto tienen indudables consecuencias en la actividad comercial o empresarial puesto que acompañan todas las fases de una actividad económica: el inicio, el ejercicio de la misma o las ventas que se realizan y, finalmente, el cese o transmisión del negocio. Además, el conocimiento de las consecuencias tributarias de los actos del empresario permite planificar adecuadamente las operaciones y sus costes, así como evitar consecuencias como el pago de multas, intereses o liquidaciones complementarias.			
	La asignatura pretende que el alumnado sea capaz de conocer las obligaciones tributarias que le corresponden y la fiscalidad aplicable a los beneficios de las operaciones empresariales y, sobre todo, del comercio de bienes o servicios.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia

Resultados de Formación y Aprendizaje

Contenidos

Tema

I.- INTRODUCCIÓN: EL COMERCIANTE ANTE EL SISTEMA TRIBUTARIO.	1.- Los tributos y sus elementos fundamentales. 2.- El sistema tributario estatal. 3.- Los tributos autonómicos que afectan al comercio. 4.- Los tributos locales. El Impuesto sobre Actividades Económicas. 5.- Las obligaciones tributarias formales y de facturación.
II.- RÉGIMEN JURÍDICO-TRIBUTARIO DE LAS RENTAS OBTENIDAS POR LAS OPERACIONES COMERCIALES.	1.- Sujeción al IRPF: hecho imponible y sujeto pasivo. 2.- Las rentas de actividades económicas. 3.- Individualización de rentas. 4.- Criterios de imputación temporal. 5.- La estimación directa normal (remisión). 6.- La estimación directa simplificada. 7.- La estimación objetiva. 8.- Ganancias patrimoniales 9.- Las deducciones. 10.- Los pagados fraccionados y retenciones. 11.- La sujeción al Impuesto sobre Sociedades. 12.- La determinación de la base imponible. Ajustes al resultado contable. 13.- Las operaciones vinculadas. 14.- El tratamiento de los gastos financieros. 15.- La compensación de bases imponibles negativas. 16.- Tipo de gravamen. 17.- Régimen de empresas de reducida dimensión. 18.- Pagos fraccionados.
III.- LA TRIBUTACIÓN DE LAS RENTAS INTERNACIONALES DEL COMERCIANTE.	1.- Los Convenios para Evitar la Doble Imposición Internacional y su relevancia. 2.- El tratamiento de las rentas empresariales internacionales 3.- Deducciones para evitar la doble imposición internacional. 4.- Las rentas obtenidas a través de un establecimiento permanente. 5.- Las rentas obtenidas en España por un no residente.
IV.- LA TRIBUTACIÓN DE LAS OPERACIONES COMERCIALES: IVA.	1.- Ámbito de aplicación. 2.- Hecho imponible. 3.- Concepto de empresario profesional. 4.- Concepto de entrega de bienes y de prestación de servicios. 5.- Devengo. 6.- Lugar de realización del hecho imponible. 7.- Base imponible. 8.- Repercusión. 9.- Tipo impositivo y cuota. 10.- Deducción. 12.- Gestión del impuesto. 13.- Regímenes especiales del IVA.

V.- COMERCIO INTRACOMUNITARIO Y COMERCIO EXTERIOR EN EL IVA.	1.- Adquisiciones intracomunitarias. 2.- Entregas intracomunitarias. 3.- Servicios internacionales. Reglas de localización. 4.- Importaciones. 5.- Exportaciones.
VI.- IMPUESTOS ESPECIALES.	1.- Impuestos especiales de fabricación. Impuesto sobre el alcohol y las bebidas alcohólicas. Impuesto sobre hidrocarburos. Impuesto sobre las labores del tabaco. 2.- Impuesto sobre la Electricidad. 3.- Impuesto sobre determinados medios de transporte. 4.- Impuesto sobre el carbón.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	24	45	69
Seminario	20	26	46
Examen de preguntas de desarrollo	3	30	33
Observación sistemática	2	0	2

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición por parte del profesorado de los contenidos de la materia objeto de estudio. Exposición de los alumnos de algún tema elegido por el profesor de la materia.
Seminario	Distintas actividades destinadas a trabajar sobre un tema específico, que permiten ahondar o complementar los contenidos de la materia. Y en las que el alumno -ya sea de forma individual o en grupo-, hace una exposición oral y/o escrita sobre un tema propuesto; resuelve casos prácticos aplicando e interpretando el Derecho financiero y tributario; elabora informes jurídicos, etc.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Se atenderán y se resolverán dudas del alumnado respecto de los contenidos, actividades y/o ejercicios que habían sido propuestos para adquirir las competencias perseguidas. Las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico o videoconferencia) bajo la modalidad de concertación previa.
Seminario	Se atenderán y se resolverán dudas del alumnado respecto de los contenidos, actividades y/o ejercicios que habían sido propuestos para adquirir las competencias perseguidas. Las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico o videoconferencia) bajo la modalidad de concertación previa.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Examen de preguntas de desarrollo	El/la alumno/a que se acoja al sistema de evaluación continua será evaluado conforme a los siguientes criterios: 1º) Primera prueba parcial, se realizará a mitad de cuatrimestre (40%), 2º) Segunda prueba parcial, se realizará al final del cuatrimestre (40%). Los/las alumnos/as de evaluación global: su calificación estará integrada por el 100% de la calificación obtenida en el examen escrito, que será diferente al que realice el alumnado de evaluación continua. En el examen de evaluación global se les evaluarán de todas las competencias.	80	
Observación sistemática	Asistencia regular, participación activa en clase y actividades organizadas por el Área de Derecho Financiero y Tributario (20%). A los efectos de poder realizar esta última evaluación se controlará la asistencia a clase.	20	

Otros comentarios sobre la Evaluación

El temario que figura en el apartado de contenidos constituye una versión resumida de las lecciones que serán objeto de examen.

Oportunamente, al comienzo del curso académico, se le proporcionará al alumnado un temario más detallado con los epígrafes que conforman cada lección.

1.-Según se establece en el Reglamento sobre la evaluación, la calificación y la calidad de la docencia y del proceso de aprendizaje del estudiantado (aprobado por el Claustro de la Universidad de Vigo el 18 de abril de 2023), el/la alumno/a deberá manifestar su intención de no acogerse al sistema de evaluación continua conforme al procedimiento y en la fecha establecidos por los órganos competentes del Centro. Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá dirigir un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia, con copia al coordinador/a del Grado (fc.organizacion@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende que el/la alumno/a sigue la evaluación continua.

2.- El/la alumno/a que se acoja al sistema de evaluación continua será evaluado conforme a los siguientes criterios: 1º) Primera prueba parcial, se realizará a mitad de cuatrimestre (40%), 2º) Segunda prueba parcial, se realizará al final del cuatrimestre (40%), 3º) Asistencia regular, participación activa en clase y actividades organizadas por el Área de Derecho Financiero y Tributario (20%). A los efectos de poder realizar esta última evaluación se controlará la asistencia a clase y la participación activa.

Las dos pruebas parciales escritas serán obligatorias y, además, serán liberatorias siempre que el/la alumno/a alcance una calificación mínima de 5 sobre 10 en cada una de ellas. De esta manera, quien haya superado ambas pruebas parciales no estará obligado a realizar el examen final de la asignatura como requisito para aprobar esta última, pero ello siempre que la puntuación obtenida en dichas pruebas (80% del valor total de la calificación final) sumada a la conseguida en el restante 20% de la calificación final le permita aprobar la asignatura. Si solo se supera una prueba de las dos, la nota obtenida se mantiene tanto para la primera como para la segunda oportunidad de examen. El alumno debe examinarse de la materia no superada.

3.- Los/las alumnos/as de evaluación global: su calificación estará integrada por el 100% de la calificación obtenida en el examen escrito, que será diferente al que realice el alumnado de evaluación continua. En el examen de evaluación global se les evaluarán de todas las competencias.

4.- El examen final de primera y segunda oportunidad se realizará en la fecha, lugar y hora especificados en el calendario oficial aprobado a tal efecto por la Junta de Facultad para el curso académico 2025/2026.

La nota del examen final será la suma de las notas obtenidas según los criterios y porcentajes anteriormente establecidos:

-Alumnado que siga la evaluación continua tendrá que superar las pruebas parciales con una calificación mínima de 5 sobre 10, y en caso contrario se deberá examinar en primera o segunda oportunidad de la materia no superada, y en la/s parte/s no superadas deberá alcanzar la calificación mínima de 5 sobre 10. A la calificación ponderada de ambas pruebas se le sumará la nota obtenida por la asistencia, participación en clase y en actividades organizadas por el Área de Derecho Financiero y Tributario.

Si no se superan las dos pruebas parciales con la calificación mínima de 5 sobre 10, se entenderá no superada la materia y en el acta se reflejará únicamente la nota obtenida por la asistencia, participación activa en clase y actividades organizadas por el área de Derecho Financiero y Tributario.

Asimismo, a los exámenes de primera y segunda oportunidad pondrán concurrir el alumnado que haya superado las dos pruebas parciales de evaluación continua realizadas durante el cuatrimestre para subir nota.

-Alumnado con evaluación global: su calificación estará integrada por el 100% del examen final siendo diferente al que realicen los/las alumnos/as de evaluación continua.

ADVERTENCIA ESPECÍFICA PARA LOS/AS ALUMNOS/AS QUE CONCURRAN A LA CONVOCATORIA DE FIN DE CARRERA:

En el examen de Fin de Carrera la nota final estará integrada por el 100% de la calificación obtenida en el examen escrito.

El examen de Fin de Carrera se realizará en la fecha, lugar y hora especificados en el calendario oficial aprobado a tal efecto por la Junta de Facultad.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

PÉREZ ROYO, F (DIRECTOR), GARCÍA BERRO, F., PÉREZ ROYO,I., ESCRIBANO, F., CUBERO TRILLO, A., CARRASC, **Curso de Derecho Tributario. Parte especial**, última edición, Tecnos,

Código Tributario, última edición, Thomson-Reuters Aranzadi,

MERINO JARA, I. Y LUCAS DURÁN, M. (Y OTROS), **Derecho Tributario. Parte Especial**, última ed., Tecnos,

Legislación básica del Sistema tributario Español, última ed., Tecnos,

MALVAREZ PASCUAL, LA; RAMIREZ GOMEZ, S.; SANCHEZ PINO, AJ., **Régimen Fiscal de la Empresa**, última edición, Tecnos,

Bibliografía Complementaria

CAZORLA PRIETO, LM.; CHICO DE LA CÁMARA, P., **Introducción al sistema tributario español**, última ed, Aranzadi,

CAYON GALIARDO, A.; TEJERIZO LOPEZ, JM.; MARTÍN QUERALT, J., **Manual de Derecho Tributario. Parte Especial**, última ed., Aranzadi,

MALVAREZ PASCUAL, LA; RAMIREZ GOMEZ, S.; SANCHEZ PINO, AJ., **Lecciones del sistema fiscal español**, última ed., Tecnos,

MELLADO BENAVENTE, F.; ARGENTE ALVAREZ,J., **MANUAL PRÁCTICO SOBRE EL IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES**, Última Edición, CISS KLUWER,

BARREIRO CARRIL, MC., **Los impuestos directos y el Derecho de la Unión Europea. La armonización realizada por el TJUE**, IEF, 2012

RAMOS PRIETO, J. (Coordinador), **Erosión de la Base Imponible y traslado de beneficios: estudios sobre el plan BEPS de la OCDE**, Thomson-Reuters, Aranzadi, 2016

PITA GRANDAL, A.M (Coordinadora), **Estudios sobre la Financiación de los Puertos**, Marcial Pons, 2017

RAMOS PRIETO, J.; HORNERO MÉNDEZ, J.M., **Derecho y Fiscalidad de las Sucesiones Mortis Causa en España: una perspectiva multidisciplinar**, Thomson-Reuters Aranzadi, 2016

MALVÁREZ PASCUAL, L.A., PITA GRANDAL, A.M. y MARTOS GARCÍA, J.J. (Dir.), **Los modelos de negocio en la era digital. Tratamiento contable y fiscal e implicaciones en el procedimiento tributario y las garantías de los contribuyentes**, Aranzadi, 2023

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Responsabilidad penal y administrativa en el ámbito financiero-tributario/V08G081V01943

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Derecho mercantil II/V08G081V01702

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Régimen fiscal de la empresa/V06G270V01405

Derecho civil I. Obligaciones y contratos/V08G081V01301

Derecho civil II. Derechos reales/V08G081V01404

Derecho civil III. Familia y sucesiones/V08G081V01501

Derecho financiero y tributario I/V08G081V01603

Derecho mercantil I/V08G081V01502

DATOS IDENTIFICATIVOS**Estrategia empresarial y gestión de ayudas**

Asignatura	Estrategia empresarial y gestión de ayudas			
Código	V06G270V01606			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Lorenzo Paniagua, Javier			
Profesorado	Cal Arca, Ángela María Lorenzo Paniagua, Javier			
Correo-e	paniagua@uvigo.es			
Web				
Descripción general	El objetivo fundamental de la asignatura es que el alumno sepa analizar, diseñar e implantar una amplia tipología de estrategias empresariales, y conozca y sepa instrumentar los diferentes programas públicos de apoyo financiero, formativo e informativo en apoyo de la estrategia empresarial			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código				
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.			
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.			
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.			
C2	CE2. Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto. Saber vincular el objeto y condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.			
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.			
C23	CE23. Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.			
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.			

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto. Saber vincular el objeto y condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.	A5	B2	C2 C23	D5
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.		B1 B2	C4	D5
Conocer los recursos informativos, financieros y de servicios disponibles para el apoyo a la internacionalización de la empresa	A5	B1	C2 C23	D5
Capacidad para realizar diagnósticos y tomar decisiones empresariales		B1 B2	C2 C4	D5

Contenidos

Tema	
------	--

TEMA 1: ESTRATEGIA EMPRESARIAL	El proceso de planificación empresarial Concepto de estrategia y su vinculación con la ventaja competitiva Tipos de estrategias. Impulsores, frenos y condiciones de aplicación
TEMA 2: LA IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA	El sistema de planes: coherencia temporal y funcional El Plan Operativo anual: planes operativos y de capital. Presupuestos, previsiones de tesorería y estados financieros previsionales
TEMA 3: INTRODUCCIÓN A LA PROMOCIÓN ECONÓMICA	La promoción económica como instrumento de política económica La promoción económica como vínculo entre política económica y la estrategia empresarial Clasificación de los programas de promoción económica Las fases de los proyectos: información, planificación, ejecución y control El marco legal: la Ley 38/2003 de 17 de noviembre y Ley 9/2007 de 13 de junio
TEMA 4: LOS PROGRAMAS PÚBLICOS DE APOYO A LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL	Programas públicos de apoyo al crecimiento de la empresa: ayudas a la internacionalización, a la inversión, al acceso a la financiación, etc. Programas públicos de apoyo a la mejora competitiva: investigación e innovación, diagnóstico competitivo, implantación de sistemas de gestión, comercialización; formación y sistemas de información, calidad, gestión medioambiental, eficiencia energética, etc. Programas públicos de apoyo al emprendimiento empresarial y a la contratación de personal

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas	22	0	22
Lección magistral	23	0	23
Examen de preguntas de desarrollo	1	40	41
Examen de preguntas objetivas	1	35	36
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	26	28

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

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas	Resolución, por parte del profesor o/y de los alumnos, de problemas, o ejercicios, en presencia del profesor de la asignatura.
Lección magistral	Exposición, por parte del profesor de la asignatura, de conceptos, ejemplos, casos, ejercicios, etc.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Explicación de contenidos teóricos y prácticos de la asignatura por parte del profesor.
Resolución de problemas	Resolución de casos planteados por el profesor, bien por parte de éste, bien por parte del alumno con la supervisión o apoyo del profesor.

Pruebas	Descripción
Examen de preguntas de desarrollo	Pruebas de aprendizaje de contenidos teóricos y resolución de casos.
Examen de preguntas objetivas	Pruebas de evaluación de contenidos teóricos mediante preguntas tipo test.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Examen de preguntas de desarrollo	Los temas relacionados con estrategia empresarial se evaluarán mediante preguntas de desarrollo. Es necesario obtener una nota mínima de "aprobado" (5 sobre 10) para superar la prueba, lo que liberará al alumno de los contenidos de estrategia empresarial en los exámenes finales.	40	A5 B1 C2 D5 B2 C4 C23

Examen de preguntas objetivas	Los temas relacionados con promoción económica se evaluarán mediante preguntas tipo test. Es necesario obtener una nota mínima de "aprobado" (5 sobre 10) para superar la prueba, lo que liberará al alumno de los contenidos de promoción económica en los exámenes finales.	20	A5	B1 B2	C2 C23	D5
Resolución de problemas y/o ejercicios	En la fecha establecida por el centro para para la prueba final de la primera convocatoria, se planteará un caso de planificación operativa que sumará hasta el 40% de la nota final. Es necesario obtener una nota mínima de "aprobado" (5 sobre 10) para superar la prueba	40	A5	B1 B2	C2 C4	D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

El sistema de evaluación definido anteriormente corresponde a la evaluación continua.

Evaluación global:

En las fechas establecidas por el centro tendrá lugar la realización de los exámenes finales

Primera convocatoria: En la fecha establecida por el centro para para la prueba final de la primera convocatoria, se planteará un caso de planificación operativa que sumará hasta el 40% de la nota final. Es necesario obtener una nota mínima de "aprobado" (5 sobre 10) para superar la prueba. Los alumnos que superaron mediante el sistema de evaluación continua las pruebas de estrategia empresarial o promoción económica conservan la calificación obtenida en dichas pruebas y quedan eximidos de estos contenidos en la primera convocatoria. Los alumnos que no cumplan la condición anterior podrán presentarse a las pruebas de "estrategia empresarial" y "promoción económica", que consistirá en un examen de preguntas de desarrollo sobre los temas de estrategia empresarial y un examen tipo test sobre los temas de promoción económica. Con las ponderaciones establecidas para la evaluación continua, es necesario obtener una nota mínima ponderada de "aprobado" (5 sobre 10) para superar esta prueba. Es necesario superar tanto el caso de planificación operativa como cada una de las pruebas de estrategia empresarial y subvenciones, con una nota mínima de 5 sobre 10 en cada uno de ellas, y la calificación final será la que resulte de aplicar las ponderaciones establecidas para la evaluación continua.

Segunda convocatoria: Los alumnos que superaron mediante el sistema de evaluación o en la primera convocatoria las pruebas de estrategia empresarial, promoción económica o planificación operativa conservan la calificación obtenida en dichas pruebas y quedan eximidos de estos contenidos en la segunda convocatoria.

En la fecha establecida por el centro para la prueba final de la segunda convocatoria, se planteará un caso de planificación operativa que sumará hasta el 50% de la nota final. Es necesario obtener una nota mínima de "aprobado" (5 sobre 10) para superar la prueba. Además se planteará un examen teórico sobre los temas de estrategia empresarial y un examen tipo test sobre los temas de promoción económica. Es necesario superar tanto el caso de planificación operativa como las pruebas de estrategia empresarial y promoción económica (nota mínima de 5 sobre 10 en cada una de ellas). La calificación final se calculará por media simple de las notas obtenidas en el caso de planificación operativa y en el examen teórico. Por tanto con las siguientes ponderaciones: Caso de planificación operativa: 50% Prueba de estrategia empresarial: 35% Test de promoción económica: 15% En función del desarrollo de la materia, el profesor podrá proponer trabajos, prácticas o pruebas parciales que complementen la nota del examen.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

garcía de Viedma Lapetra, Bosco, **Tramitación de Subvenciones Públicas**, 2006,

Cabanelas Omil, José, **Dirección de Empresas**, 1997,

Lorenzo Paniagua, Javier, **Notas Técnicas de la asignatura**, 2024,

Navas López, J.E. y Guerras Martín, L.A., **La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones**, 6ª edición, 2022,

Pascual García, José, **Las Subvenciones Públicas. Legislación comentada, formularios y procedimientos**, 2009,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

Empresa: Principios de gestión responsable/V06G270V01103

Decisiones de inversión en el comercio/V06G270V01402

Decisiones de financiación en el comercio/V06G270V01502

Otros comentarios

Al tratarse de una asignatura con un carácter integrador, en la que convergen contenidos impartidos en diferentes materias, y al situarse en un curso avanzado del plan de estudios, se aconseja disponer de un conocimiento aceptable de un buen número de materias localizadas previamente en el plan de estudios.

La lista anterior es orientativa aunque no exclusiva y no es imprescindible haberlas superado. Pero los profesores asumen que los alumnos de tercer curso cuentan con los conocimientos previos necesarios para superar las materias de dicho curso.

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

DATOS IDENTIFICATIVOS**Sistemas de la información integrados para la gestión**

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

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código				
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.			
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.			
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.			
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.			
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.			
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales			
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.			
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.			
C11	CE11. Comprender el concepto de calidad, sus implicaciones en el desarrollo de las tareas y funciones y su influencia en la reputación comercial, así como saber evaluar e implantar sistemas de gestión y normas de calidad.			
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.			
C20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.			
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.			
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.			
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).			
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.			
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.			
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.			
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.			
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.			
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.			

D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D12	CT12. Creatividad.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D16	CT16. Iniciativa.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
- Saber aplicar, utilizando la información proporcionada por el ERP, las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos en el contexto de la economía actual.	B1 B2 B3 B4 B5 B6	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18
- Saber diferenciar entre hechos relevantes, o no relevantes, contablemente y saber elaborar informes a través de un ERP		C4 C6 C11 C19 C20
-Poder registrar contablemente las principales actividades llevadas a cabo por la empresa (compras, ventas, activos, previsión cobros-pagos..)		C24 C26

Contenidos

Tema	
1. Introducción a las tecnologías de la información de la empresa.	
2. Planificación de Recursos en la empresa (ERP).	2.1. Evolución de los Sistemas de información para la gestión 2.2. Características generales
3. Gestión proceso compras con Odoo. Contabilización de las compras con Odoo	3.1. El pedido compra 3.2. Gestión de cobro de la compra
4. Gestión proceso ventas con Odoo .Contabilización de las ventas con Odoo	4.1. El pedido venta 4.2. El envío de la venta
5. Gestión del proceso contable en un entorno ERP. Contabilización apertura, cierre y apertura del nuevo ejercicio con Odoo	5.1. Apertura contabilidad 5.2. Gestión operaciones corrientes 5.3. Preparación cierre 5.4. Elaboración informes

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas	10	31	41
Prácticas de laboratorio	4	8	12
Lección magistral	27	52	79
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	4	6
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	4	6
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	4	6

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

Metodologías

Descripción

Resolución de problemas	Resolución en el aula de casos que permitan al alumnado la profundización de la temática tratada
Prácticas de laboratorio	Actividades a través de las cuales se pretende mostrar al alumnado cómo debe actuar a partir de la aplicación de los conocimientos adquiridos en un entorno ERP
Lección magistral	Presentación en el aula de los conceptos específicos de la materia haciendo uso de medios audiovisuales

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Tutorías
Resolución de problemas	Tutorías
Prácticas de laboratorio	Tutorías

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas y/o ejercicios	30	B1	C4	D1
		B2	C6	D3
		B3	C11	D4
		B4	C19	D5
		B5	C20	D6
		B6	C24	D8
			C26	D9
				D10
				D11
				D12
				D13
				D14
				D15
				D16
				D17
				D18
Resolución de problemas y/o ejercicios	40	B1	C4	D1
Pruebas teórico- prácticas en las que el alumno tendrá que demostrar sus conocimientos durante el curso		B2	C6	D3
		B3	C11	D4
		B4	C19	D5
		B5	C20	D6
		B6	C24	D8
			C26	D9
				D10
				D11
				D12
				D13
				D14
				D15
				D16
				D17
				D18
Resolución de problemas y/o ejercicios	30			
(*)Prueba final teórica-práctica en la que el alumnado demostrará los conocimientos adquiridos de ERP Odoo y su aplicación práctica en contabilidad				

Otros comentarios sobre la Evaluación

Evaluación ordinaria: El alumnado que no haya superado a través de la evaluación continua la materia, será evaluado con una nota de 0 a 10 en el examen final.

Las fechas de los exámenes oficiales, pueden consultarse en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

DATOS IDENTIFICATIVOS**Creación de empresas comerciales**

Asignatura	Creación de empresas comerciales			
Código	V06G270V01702			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición	Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	González Framil, Juan Francisco			
Profesorado	González Framil, Juan Francisco			
Correo-e	juan.gonzalez@uvigo.gal			
Web	http://http://euee.uvigo.es			
Descripción general	<p>En entornos cada vez más globales y competitivos, la figura del emprendedor adquiere un protagonismo capital para el desarrollo económico y social de la sociedad.</p> <p>Con el fin de que el alumno relacione y aplique los conocimientos adquiridos en el Grado el programa tendrá un carácter teórico - práctico, orientado al desarrollo de las actitudes y habilidades de el alumno, basado en el trabajo en equipo. Se formarán equipos de trabajo de 4 o 5 alumnos que desarrollarán un proyecto de creación de empresa.</p> <p>Se trata en definitiva que el alumno sea capaz de transformar ideas en proyectos concretos.</p>			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C2	CE2. Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto. Saber vincular el objeto y condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C14	CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D12	CT12. Creatividad.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.	B1

Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.	B3
Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desarrollarse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.	B5
Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales	B6
Habilidades de comunicación oral escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).	D1
Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.	D7
Capacidad para liderar y trabajar en equipo.	D8
Creatividad.	D12
Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto.	C2
Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto.	C4
Saber localizar, seleccionar y analizar la información y conocer las variables 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.	C6
Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.	C14
Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales.	C26
Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio A1 que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.	A1

Contenidos

Tema	
TEMA 1.- Introducción a la Creación de Empresas.Competencias básicas del emprendedor.	Introducción a la Creación de Empresas.Competencias básicas del emprendedor.
TEMA 2. Creatividad y viabilidad de nuevas ideas.	Creatividad y viabilidad de nuevas ideas.
TEMA 3. Generación de Modelos de Negocio. Método Canvas. Estrategias de Negocio en el siglo XXI.	Generación de Modelos de Negocio. Método Canvas. Estrategias de Negocio en el siglo XXI.
TEMA 4.El Plan de Negocio: Elaboración del Plan de Negocio	El Plan de Negocio: Elaboración del Plan de Negocio
TEMA 5. Viabilidad Económica - Financiera del Plan de Negocio.	Viabilidad Económica - Financiera del Plan de Negocio.
TEMA 6. Pasos para constituir la Empresa	Pasos para constituir la Empresa

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	27	52	79
Trabajo tutelado	0	39	39
Estudio de casos	20	10	30
Examen de preguntas objetivas	0	2	2

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

Metodologías

	Descripción
Lección 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.
Trabajo tutelado	Exposición por parte del alumnado ante lo docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto...
Estudio de casos	Resolución de problemas y trabajos planteados en el aula.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
--------------	-------------

Trabajo tutelado Se establece un horario de tutorías durante el tiempo de impartición de la asignatura. Las Tutorías se podrán realizar por medios telemáticos (videoconferencia a través del campus virtual, email) bajo la modalidad de acuerdo previo.

Evaluación						
	Descripción	Calificación		Resultados de Formación y Aprendizaje		
Trabajo tutelado	Trabajo Final en Equipo: informe y exposición.	40	A1	B1 B3 B5 B6	C2 C4 C6 C14 C26	D1 D7 D8 D12
Estudio de casos	Resolución de casos prácticos en las clases prácticas.	20	A1	B3 B6	C4 C6	D12
Examen de preguntas objetivas	Examen Test	40	A1	B1 B3 B6	C2 C4 C6 C14	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Las actividades formativas se desarrollarán desde una metodología participativa y aplicada que se centra en el trabajo del alumno/a . De entre las actividades formativas diseñadas para el Grado y encargadas de organizar los procesos de enseñanza y aprendizaje (lección magistral, actividades prácticas, actividades individuales/grupales y las tutorías académicas), la materia desarrollará aquellas actividades que más se adecúen a los contenidos y competencias a adquirir por el alumnado.

Se utilizará un sistema de evaluación preferentemente continuo y diversificado, seleccionando las técnicas más adecuadas en cada momento, que permitan poner de manifiesto los diferentes conocimientos y capacidades adquiridos por el alumnado al cursar la asignatura. La docencia presencial teórica consistirá en la presentación en el aula de los conceptos y contenidos fundamentales propuestos en el programa.

Las actividades prácticas en clase podrían consistir en la resolución de problemas y casos prácticos, así como en la realización de lecturas, exposiciones y debates

Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo delcuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles paramanifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema deevaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre,renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá dirigir un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia, con copia al coordinador/adel Grado (fc.organizacion@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención,se entiende que el/la alumno/a sigue la evaluación continua."

En la modalidad de evaluación continua la calificación final será el resultado de la nota del examen final(40%), trabajo tutelado(40%), trabajos del aula(20%).

Será necesario obtener un mínimo de 3 puntos sobre 10 en el examen final para optar a aprobar la materia. En caso contrario la nota final será la obtenida en el examen final.

Si se obtiene un calificación mayor o igual a 3 puntos en el examen final, la nota se calcula realizando la media de esta calificación con la nota del resto de las pruebas. Se considera aprobada la signatura si dicha media es mayor o igual a 5.

No obstante, de forma alternativa, se contempla la evaluación global final a la que podrán acogerse aquellos alumnos/as que no puedan cumplir con el método de evaluación continua En este caso se realizará una prueba escritura que podrá consistir en un examen teórico-práctico que puntuará sobre 10 y que el alumnado/a preparará en base a la bibliografía recomendada.

Se considera aprobada la asignatura sí la calificación es igual o mayor a 5.

Las fechas de los exámenes oficiales, pueden consultarse en la página webdel centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

En la convocatoria de julio y en las extraordinarias se mantendrán los mismos criterios que para la convocatoria ordinaria.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Alexander Osterwalder | Yves Pigneur, **Generación de modelos de negocio**, Deusto,
Miranda Oliván, A.T., **Cómo elaborar el plan de empresa**, Thomson Paraninfo,

W. Chan Kim , Renée Mauborgne ,, **La estrategia del océano azul: Crear nuevos espacios de mercado donde la competencia sea irrelevante**, Harvard Business, 2017

Navas, José. Guerras Luis, **Casos de Dirección Estratégica de la empresa**, Civitas, Thomson Reuters, 2020

Bibliografía Complementaria

González, F.J., **Creación de empresas:Guía del emprendedor**, Piramide,

Ribeiro,D. y otros, **Creación de empresas y emprendimiento**, Pearson,

Soler,C., Reig,E., **Pequeñas empresas, grandes ideas**, Pearson,

Kawasaki, G. ,, **El arte de empezar**, www.ilustrae,

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

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

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

Gomez Gras, J.M., **Manual de casos sobre creación de empresas**, McGraw-Hill,

Martinez Garcia, P., **Business Angels**,

JIMÉNEZ QUINTERO, J.A. (coord.), **Creación de empresas. Tipología de empresas y viabilidad estratégica.**, Ed. Pirádime,

MUÑIZ, L., **Planes de negocio y estudios de viabilidad**, Profit Editoria,

Sandiás, Alfonso, **Modelo de analisis y valoración de proyectos de inversión**, Andavira,

Sandiás, Alfonso, **MODELEVA**,

Navas, José. Guerras Luis, **FUNDAMENTOS DE DIRECCION ESTRATEGICA DE LA EMPRESA**, Civitas,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Marketing estratégico/V06G270V01403

Idioma para la comunicación internacional: Inglés/V06G270V01807

Investigación de mercados/V06G270V01802

Sistemas de la información integrados para la gestión/V06G270V01701

Trabajo de Fin de Grado/V06G270V01991

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204

Estrategia empresarial y gestión de ayudas/V06G270V01606

Planificación de recursos de información integrados/V06G270V01503

Presentación e interpretación de la información financiera/V06G270V01601

Habilidades personales, directivas y comerciales/V06G270V01705

Idioma para la comunicación internacional: Inglés/V06G270V01807

DATOS IDENTIFICATIVOS**Combinaciones de negocios**

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

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
C10	CE10. Desarrollar los conocimientos necesarios para formular y analizar la información financiera relacionada con las combinaciones de negocios.
C20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados previstos en la materia

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

-Saber aplicar, utilizando la información proporcionada por el ERP, las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos en el contexto de la economía actual.	B2 B3 B4 B5	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D11 D13 D15 D18
---	----------------------	--

-Saber interpretar y elaborar, a través de un ERP, cálculos de proyectos y producción de la empresa	C10 C20 C24
- Poder elaborar un trabajo utilizando los distintos módulos del ERP: CRM, producción, compras.. generando un informe que permita una toma de decisión integral	C10 C20 C24

Contenidos

Tema

1. Introducción a las combinaciones de negocios y al control societario
2. Combinaciones de negocios:
Consolidación de Cuentas Anuales
3. Combinaciones de negocios:
Modificaciones estructurales de las sociedades mercantiles.
Fusión y escisión
4. Combinaciones de negocios:
La valoración de negocios
5. Trabajo integrado de la asignatura

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas	14	28	42
Prácticas de laboratorio	4	8	12
Lección magistral	23	53	76
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	3	4
Examen de preguntas objetivas	2	6	8
Trabajo	2	6	8

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

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas	Planteamiento y cálculo de combinaciones de negocios
Prácticas de laboratorio	Prácticas de combinaciones de negocios
Lección magistral	Desarrollo de los conceptos fundamentales

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Explicación y apoyo para el conocimiento de los temas
Resolución de problemas	Planteamiento y ayuda para la resolución de los casos mas frecuentes

Evaluación

Descripción	Calificación Resultados de Formación y Aprendizaje
-------------	--

Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de casos teóricos- prácticos planteados.	40	B2 B3 B4 B5	C10 C20 C24	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D11 D13 D15 D18
Examen de preguntas objetivas	Pruebas orales en la que se evaluará los conocimientos del estudiantado	20	B2 B3 B4 B5	C10 C20 C24	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D11 D13 D15 D18
Trabajo	Trabajo de la asignatura	40			

Otros comentarios sobre la Evaluación

Evaluación ordinaria: El alumnado que no haya superado a través de la evaluación continua la materia, será evaluado con una nota de 0 a 10 en el examen final.

Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá dirigir un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia, con copia al coordinador/a del Grado (fc.organizacion@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende que el/la alumno/a sigue la evaluación continua, renunciando a la evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Serra y otros, **Consolidación contable de grupos empresariales**, 2017, Pirámide,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Contabilidad financiera/V06G270V01301

Presentación e interpretación de la información financiera/V06G270V01601

DATOS IDENTIFICATIVOS**Habilidades personales, directivas y comerciales**

Asignatura	Habilidades personales, directivas y comerciales			
Código	V06G270V01705			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Lorenzo Paniagua, Javier			
Profesorado	González Framil, Juan Francisco Lorenzo Paniagua, Javier			
Correo-e	paniagua@uvigo.es			
Web	http://www.euee.uvigo.es			
Descripción general	Esta materia trata de formar al alumno en las habilidades personales básicas necesarias en la dirección y gestión de empresas.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
C8	CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.	A4	B4	C8	D7 D9 D18
Conocer los condicionantes técnicos y los procesos sico-sociológicos que acompañan a la toma de decisiones		B5	C8	D6 D11 D18
Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.	A4	B4	C8	D7 D9
Conocer las características y tipos de liderazgo, las claves del trabajo en equipo y aprender a gestionar la presión en el trabajo		B5		D3 D6 D8 D11 D14 D18
Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.				D18

Ser capaz de gestionar el tiempo laboral y personal para aumentar la productividad laboral y preservar el tiempo personal	B4	C8	D3 D6 D8 D11 D14 D18
Conocer las claves que afectan al sentimiento de bienestar laboral y personal	B5	C8	D3 D6 D7 D8 D9 D11 D14 D18

Contenidos

Tema	
1. El comportamiento de las personas y el bienestar personal y laboral	1.1.- Los resultados laborales 1.2.- Atributos individuales 1.3.- Esfuerzo laboral 1.4.- Apoyo organizacional 1.5.- Bienestar. Concepto. Palancas y frenos
2. Gestión del tiempo	2.1. Los limitantes externos e internos para gobernar el tiempo 2.2. Vicios que derrochan el tiempo disponible 2.3.- Los ladrones del tiempo 2.4.- Gestión del tiempo
3. Comunicación	3.1. Barreras de la comunicación 3.2. La comunicación no verbal 3.3. La comunicación en una organización 3.4. Hablar en público
4. Gestión del estrés	4.1. Causas del estrés 4.2. Consecuencias del estrés 4.3. Estrategias para afrontar el estrés
5. Toma de decisiones	5.1.- Cómo tomamos decisiones 5.2.- Las decisiones racionales: fallos y técnicas de análisis, generación y evaluación de alternativas y establecimiento de criterios u objetivos. 5.3.- La participación en la toma de decisiones. 5.4.- Las decisiones no racionales. Los límites de la racionalidad. Las emociones.
6.- Inteligencia emocional	6.1.- Inteligencias múltiples 6.2.- Las competencias emocionales básicas: autoconocimiento, autocontrol y empatía. 6.3.- Aprender a gestionar las emociones 6.4.- Coaching
7.- Negociación	7.1.- Tipos 7.2.- Plan general de una negociación: análisis de la situación, negociación y cierre.
8.- Liderazgo	8.1.- Concepto y tipos de líderes 8.2.- El líder, ¿nace o se hace? 8.3.- Comportamiento del directivo 8.4.- Autoliderazgo

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	23	0	23
Resolución de problemas	20	0	20
Examen de preguntas objetivas	1	55	56
Examen de preguntas objetivas	1	50	51

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos de la materia, directrices de un trabajo o ejercicio o problema que el estudiante tendrá que desarrollar o resolver.

Resolución de problemas	resolución por parte de los alumnos de problemas, casos o actividades relacionados con la toma de decisiones, comunicación, autodiagnóstico de rasgos del carácter y fortalezas o simulación de una negociación.
-------------------------	--

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas	Resolución por parte del alumno, con apoyo del profesor, de casos, problemas o ejercicios relacionados con la toma de decisiones, la motivación y la satisfacción laboral, la negociación, etc.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Examen de preguntas objetivas	Examen tipo test sobre los contenidos de la asignatura. A lo largo del curso se plantearán pruebas parciales tipo test sobre los temas de la asignatura impartidos. Es necesario obtener una nota mínima de "aprobado" (5 sobre 10) para superar la prueba, lo que liberará al alumno de los contenidos superados en los exámenes finales.	30	B5	C8	D6 D7 D8 D9 D11 D14 D18
Examen de preguntas objetivas	Examen tipo test sobre los contenidos de la asignatura. A lo largo del curso se plantearán pruebas parciales tipo test sobre los temas de la asignatura impartidos. Es necesario obtener una nota mínima de "aprobado" (5 sobre 10) para superar la prueba, lo que liberará al alumno de los contenidos superados en los exámenes finales.	30	A4	B4	D3

Otros comentarios sobre la Evaluación

El sistema de evaluación definido anteriormente corresponde a la evaluación continua.

Evaluación global:

En las fechas establecidas por el centro tendrá lugar la realización de los exámenes finales

Primera convocatoria:

En la fecha establecida por el centro para para la prueba final de la primera convocatoria, se planteará examen tipo test sobre los contenidos de la asignatura. Es necesario obtener una nota mínima de "aprobado" (5 sobre 10) para superar la prueba. Para los alumnos que no hayan seguido el sistema de evaluación continua, esta prueba supondrá el 100% de la calificación de la asignatura.

Los alumnos que superaron mediante el sistema de evaluación continua alguna o todas las pruebas parciales conservan la calificación obtenida en dichas pruebas con su ponderación, y quedan eximidos de estos contenidos en la primera convocatoria. La calificación obtenida en esta prueba final se calculará mediante la media ponderada obtenida en las pruebas realizadas. De superarse los dos parciales de la evaluación continua este examen final ponderará el 40%.

Para los alumnos que no hayan seguido el sistema de evaluación continua o siguiéndolo, no hayan aprobado ninguno de los parciales, esta prueba supondrá el 100% de la calificación de la asignatura.

Segunda convocatoria:

En la fecha establecida por el centro para para la prueba final de la segunda convocatoria, se planteará examen tipo test sobre los contenidos de la asignatura. Es necesario obtener una nota mínima de "aprobado" (5 sobre 10) para superar la prueba.

Los alumnos que superaron mediante el sistema de evaluación continua alguna o todas las pruebas parciales conservan la calificación obtenida en dichas pruebas con su ponderación, y quedan eximidos de estos contenidos en la segunda convocatoria. La calificación obtenida en esta prueba final se calculará mediante la media ponderada obtenida en las pruebas realizadas. De superarse los dos parciales de la evaluación continua este examen final ponderará el 40%.

Para los alumnos que no hayan seguido el sistema de evaluación continua o siguiéndolo, no hayan aprobado ninguno de los parciales, así como para aquellos que no hayan aprobado en la primera convocatoria global, esta prueba supondrá el 100% de la calificación de la asignatura.

En función del desarrollo de la materia, el profesor podrá proponer trabajos, prácticas o pruebas parciales que complementen la nota del examen.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

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

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

Recomendaciones

Otros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS**Investigación operativa en la empresa comercial**

Asignatura	Investigación operativa en la empresa comercial			
Código	V06G270V01707			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	#EnglishFriendly Castellano			
Departamento	Estadística e investigación operativa			
Coordinador/a	Lorenzo Picado, Leticia			
Profesorado	Gómez Rúa, María Lorenzo Picado, Leticia			
Correo-e	leticialorenzo@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal/login/index.php			
Descripción general	En la empresa es necesario tomar decisiones. Las técnicas de investigación operativa constituyen un conjunto de herramientas que permiten tomar decisiones óptimas basadas en la información disponible. En esta materia se revisan de forma introductoria los principales métodos de investigación operativa, incluyendo sus principios de funcionamiento, algoritmos, interpretación de los resultados, y aplicación práctica. El enfoque es eminentemente práctico y aplicado, y se pretende que el alumno sea capaz de identificar las situaciones en las que cada técnica es apropiada, y de aplicarla de forma autónoma para la solución de problemas reales.			
	Materia del programa English Friendly: Los/as estudiantes internacionales podrán solicitar al profesorado: a) materiales y referencias bibliográficas para el seguimiento de la materia en inglés, b) atender las tutorías en inglés, c) pruebas y evaluaciones en inglés.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código			
C15	CE15. Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio, así como el diseño y análisis de encuestas mediante muestreo probabilístico para la realización de estudios de mercado.		
C21	CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.		
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.		
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.		
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.		

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio.	C15 C21	D4 D6
Identificar situaciones en las que es necesario tomar decisiones en entornos complejos y reconocer los modelos aplicables.	C15 C21	D3 D4
Resolver problema prácticos con los distintos métodos de investigación operativa.	C15 C21	D6

Contenidos

Tema	
Tema 1. Introducción a las técnicas de investigación operativa aplicables en el ámbito de la empresa comercial. Programación y optimización.	1.1. Problema de programación lineal 1.2. Algoritmo símplex 1.3. Análisis de sensibilidad
Tema 2. Modelos de distribución y asignación.	2.1. El problema del transporte 2.2. El problema de asignación
Tema 3. Modelos de planificación de actividades: teoría de grafos.	3.1. Introducción a la teoría de grafos 3.2. El problema del camino más corto 3.3. El problema del flujo máximo 3.4. Planificación de proyectos

Tema 4. Modelos de negociación: teoría de juegos.	4.1. Juegos cooperativos con utilidad transferible 4.2. Soluciones estables: el núcleo 4.3. Soluciones justas: el valor de Shapley
Tema 5. Otros modelos de investigación operativa.	5.1. Presentación de otros modelos de investigación operativa. 5.2. Relación entre los modelos presentados anteriormente y la teoría de juegos cooperativa.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Lección magistral	18	25	43
Prácticas de laboratorio	10	10	20
Resolución de problemas	10	10	20
Resolución de problemas de forma autónoma	0	22	22
Examen de preguntas de desarrollo	2	10	12
Examen de preguntas de desarrollo	2	10	12
Examen de preguntas de desarrollo	2	18	20

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

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	El primer día de clase se explicará en detalle la guía docente haciendo especial hincapié en el sistema de evaluación.
Lección magistral	Cada modelo será explicado atendiendo a los principios teóricos, las hipótesis del modelo, el funcionamiento de los algoritmos, y la interpretación correcta de los resultados.
Prácticas de laboratorio	Se explicará el funcionamiento del complemento solver para Excel con el fin de resolver problemas de programación lineal.
Resolución de problemas	Las profesoras explicarán cada uno de los métodos resolviendo varios ejemplos aplicados.
Resolución de problemas de forma autónoma	El estudiantado deberá resolver problemas semejantes los casos utilizados como ejemplo, de forma individual o en grupos reducidos.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas	Durante las clases de resolución de problemas se resolverán todas las dudas que puedan surgir de modelización de problemas y aplicación de algoritmos.
Resolución de problemas de forma autónoma	El estudiantado podrá resolver sus dudas con las profesoras durante las horas de tutoría.
Prácticas de laboratorio	Durante las prácticas en el aula de informática el estudiantado podrá resolver las dudas que puedan surgir de uso del complemento solver de Excel.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Examen de preguntas de desarrollo	Examen de preguntas de desarrollo de los temas 1 y 2.	30	C15	D3
			C21	D4
				D6
Examen de preguntas de desarrollo	Examen de preguntas de desarrollo de los temas 3, 4 y 5.	30	C15	D3
			C21	D4
				D6
Examen de preguntas de desarrollo	Examen final.	40	C15	D3
			C21	D4
				D6

Otros comentarios sobre la Evaluación

Alternativamente al sistema de evaluación continua, el estudiantado podrá optar a ser evaluado con un examen final que supondrá el 100% de su calificación. Esto se aplicaría a la convocatoria ordinaria y extraordinaria. Los plazos para renunciar a la evaluación continua los fijarán las profesoras.

En la convocatoria de fin de carrera se realizará un examen final que supondrá el 100% de la calificación. Las fechas oficiales de los exámenes se podrán consultar en la web de la facultad <https://fcomercio.uvigo.es/>.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

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

Bibliografía Complementaria

M.S. BAZARAA, J.J. JARVIS, H.D. SHERALI, **Linear Programming and Network Flows**, Wiley, 2010

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Técnicas de investigación social**

Asignatura	Técnicas de investigación social			
Código	V06G270V01708			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Gallego			
Departamento	Sociología, ciencia política y de la administración y filosofía			
Coordinador/a	Durán Vázquez, José Francisco			
Profesorado	Durán Vázquez, José Francisco Vázquez Silva, Iria			
Correo-e	joseduran@uvigo.es			
Web	http://euee.uvigo.es			
Descripción general	El objetivo fundamental de esta asignatura es que el alumnado conozca las técnicas de investigación social y de evaluación, y sea capaz de aplicarlas para el análisis de la realidad, de las políticas, planes y programas.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código				
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.			
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.			
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales			
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.			
C11	CE11. Comprender el concepto de calidad, sus implicaciones en el desarrollo de las tareas y funciones y su influencia en la reputación comercial, así como saber evaluar e implantar sistemas de gestión y normas de calidad.			
C25	CE25. Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales.			
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.			
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.			
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.			
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.			

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Reconocer la complejidad de la realidad social y plantear una investigación aplicada en los diferentes ámbitos de la sociedad.	B3	C6	D4
	B5	C11	D5
	B6	C25	D6 D15
Elaborar, utilizar e interpretar indicadores sociales e instrumentos de medición de lo social.	B3	C6	D4
	B5	C11	D5
	B6	C25	D6 D15
Realizar diagnósticos de situación así como evaluaciones de políticas, planes y programas desde la perspectiva de género.	B3	C25	D4
	B5		D5
			D6
			D15

Contenidos

Tema	
Tema 1. La investigación de la realidad social	- Fundamentos teóricos y epistemológicos de la investigación social.

Tema 2. Métodos y técnicas de investigación social	<ul style="list-style-type: none"> - Los métodos y las técnicas de investigación social. - Los métodos y las técnicas cuantitativas de investigación social. - Los métodos y las técnicas cualitativas en el análisis de la realidad social. Principales técnicas cualitativas.
Tema 3. El diseño de la investigación social	<ul style="list-style-type: none"> - El proceso de investigación. - Formulación del problema, definición de objetivos y conceptos clave. - Decisiones muestrales. - Recogida de la información y análisis de los datos. - Elaboración del informe de investigación.
Tema 4: Las técnicas cualitativas de investigación social	<ol style="list-style-type: none"> 1. A Entrevista en profundidad. 2. O Grupo de Discusión. 3. A Observación Participante. 4. Ejemplos de investigación.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	22	44	66
Estudio de casos	10	26	36
Aprendizaje basado en proyectos	10	35	45
Estudio de casos	3	0	3

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición de los contenidos de la materia. Descripción del trabajo de investigación que tendrá que realizar el alumnado.
Estudio de casos	Se analizarán ejemplos de investigación relacionados con el contenido de la materia.
Aprendizaje basado en proyectos	El alumnado tendrá que realizar un proyecto de investigación.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Se aclararán las dudas del alumnado relacionadas con el desarrollo de los temas. Las sesiones de tutorización podrán realizarse bajo la modalidad de concertación previa.
Estudio de casos	Se resolverán las dudas del alumnado en cada uno de los casos propuestos. Las sesiones de tutorización podrán realizarse bajo la modalidad de concertación previa.
Aprendizaje basado en proyectos	Se realizará un seguimiento personalizado, individualmente o en grupo reducido, de los proyectos. Las sesiones de tutorización podrán realizarse bajo la modalidad de concertación previa.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Estudio de casos	Trabajo de investigación Social aplicando el diseño de proyectos y técnicas.	40	B3 B5 B6	C6 C11 C25	D4 D5 D6 D15
Aprendizaje basado en proyectos	Entrega de prácticas en la clase	30	B3 B5 B6	C6 C11 C25	D4 D5 D6
Estudio de casos	Presentación oral en el aula del trabajo de investigación	30	B3 B5 B6	C6 C11 C25	D4 D5 D6 D15

Otros comentarios sobre la Evaluación

EVALUACIÓN CONTINUA

Es obligatoria la asistencia al 80% de las sesiones presenciales

Esta evaluación continua se realizará tal y como figura en el apartado de Evaluación.

EVALUACIÓN FINAL

Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá dirigir un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia, con copia al coordinador/a del Grado (fc.organizacion@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende que el/la alumno/a sigue la evaluación continua.

El alumnado que no se acoja al sistema de evaluación continua será evaluado en un examen final en las fechas fijadas por el Centro. Este examen final será una prueba escrita de carácter teórico-práctico en el que se incluirán todos los contenidos de la materia y representará el 100% de la nota final.

Convocatoria de segunda oportunidad: El alumnado que no supere la materia en la primera oportunidad podrá presentarse al examen final en la fecha fijada por el Centro en su calendario de exámenes. Este examen final será una prueba escrita de carácter teórico-práctico en el que se incluirán todos los contenidos de la materia y representará el 100% de la nota final.

Las fechas de los exámenes oficiales, pueden consultarse en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Arroyo Méndez, M.; Sádaba Rodríguez, I (coords.), **IMetodología de la investigación social**, Síntesis, 2012

Callejo, J.; Viedma, A, **Proyectos y estrategias de Investigación Social: la perspectiva de la intervención**, Mc Graw Hill, 2005

Cea D'Ancona, A, **Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social**, Síntesis, 1996

Cea D'Ancona, A, **Fundamentos y aplicaciones en metodología cuantitativa**, Síntesis, 2012

Corbetta, P, **Metodología y técnicas de investigación social**, Mc Graw Hill, 2007

Del Val, C.; Gutiérrez, J., **Prácticas para la comprensión de la realidad social**, Mc Graw Hill, 2005

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

García Ferrando, M.; Alvira, F.; Alonso, L.E ; Escobar, M. (comps.), **El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación**, Alianza, 2015

Ruiz Olabuénaga, J.I., **Metodología de la investigación cualitativa**, Universidad de Deusto, 2012

Valles, M., **Técnicas cualitativas de investigación social**, Síntesis, 1997

Bibliografía Complementaria

Bertaux, D., **Los relatos de vida. Perspectiva etnosociológica**, 978-84-72902-96-1, Bellaterra, 2000

Blumer, H., **El interaccionismo simbólico: perspectiva y método**, Hora, 1982

Callejo, J., **Introducción a las técnicas de Investigación Social**, Fundación Ramón Areces, 2009

Vázquez Silva, Iria, **Cómplices. A violencia machista institucional**, Galaxia, 2020

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Prácticas externas**

Asignatura	Prácticas externas			
Código	V06G270V01801			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	2c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Informática			
Coordinador/a	González Dacosta, Jacinto			
Profesorado	González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	jdacosta@uvigo.gal			
Web	http://moovi.uvigo.gal/			
Descripción general	Esta materia tiene un doble objetivo: primero, desarrollar competencias que permitan al alumno insertarse en el mercado laboral y, en segundo lugar, entender como se aplican los conocimientos adquiridos dentro de una empresa.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
C14	CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.
C20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
C21	CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.
C23	CE23. Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
C25	CE25. Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.

D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D12	CT12. Creatividad.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
D16	CT16. Iniciativa.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Conseguir habilidad de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia	A1	B1	C23	D1
	A2	B3	C24	D2
	A3			D4
	A4			D5
	A5			
Ser capaz de aprender, de realizar trabajo autónomo y de llevar planificación y organización del trabajo.	A3	B1	C1	D3
	A5	B2	C2	D6
		B5	C4	
		B5	C14	
			C19	
			C20	
			C21	
			C23	
			C24	
			C25	
		C26		
Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, ser capaz de aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.	A5	B2		D5
		B3		D7
				D9
Será capaz de para tomar decisiones y resolver problemas, de trabajar e integrarse en grupos multidisciplinares. Será capaz de liderar un equipo	A4	B3	C32	D1
		B4	C33	D2
		B5	C34	D3
			C38	D5
				D5
				D6
				D7
				D7
				D8
				D13
			D14	
Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.		B1	C7	D9
		B5	C12	
		B6		
		B14		
Será capaz de adaptarse a nuevas situaciones. y de asumir responsabilidades.		B1	C7	D9
		B5	C12	D10
		B5	C26	D11
		B6		D12
		B14		D13
				D16
			D18	
Alcanzar compromiso ético en el trabajo	A1	B1	C1	D2
	A2	B2	C2	D6
	A4	B6	C4	D8
		B7	C6	D9
		B8	C11	D16
		B10	C15	D17
		B12	C17	D21
			C24	

Contenidos

Tema	
El alumno debe	<ol style="list-style-type: none"> registrarse en el portal de prácticas de la facultad, y seguir las instrucciones que están disponibles en Moovi.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticum, Practicas externas y clínicas	0	145	145
Informe de prácticas, prácticum y prácticas externas	0	5	5

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

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

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Prácticum, Practicas externas y clínicas	El tutor en la empresa orientará el trabajo del estudiante y guiará el proceso de aprendizaje.
Pruebas	Descripción
Informe de prácticas, prácticum y prácticas externas	Finalizada las prácticas, el alumno presentara un informe no más de 1000 palabras, con las tareas realizadas y los competencias adquiridas.

Evaluación		Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Prácticum, Practicas externas y clínicas	Informes del resultado de las entrevistas realizadas, 20, e informe del tutor de la empresa, 75.	95	A5	B2 B3 B4 B5	C4 C14 C19 C20 C21 C23 C24 C25 C26	D1 D2 D3 D5 D6 D7 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D16 D18
Informe de prácticas, prácticum y prácticas externas	Evaluación del tutor de la Facultad de la memoria desarrollada por el estudiante	5	A5	B2 B3 B4 B5	C4 C14 C19 C20 C21 C23 C24 C25 C26	D1 D2 D3 D5 D6 D7 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D16 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

Con carácter excepcional podrá convalidarse la asignatura cuando se hayan realizado prácticas extracurriculares, erasmus+ y/o se demuestre experiencia laboral relacionada con los contenidos del grado.

Fuentes de información
Bibliografía Básica
Bibliografía Complementaria

DATOS IDENTIFICATIVOS**Investigación de mercados**

Asignatura	Investigación de mercados			
Código	V06G270V01802			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua	#EnglishFriendly			
Impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Correo-e	pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	Asignatura optativa de último curso del grado en comercio. Tiene como principal objetivo ayudar al estudiante a comprender por qué es necesario desarrollar una investigación de mercados en los procesos de toma de decisiones corporativos, en particular en la Dirección de Marketing. Además del por qué analizaremos el cómo ejecutar este tipo de investigación: métodos, fuentes, técnicas de recogida de información, sistemas de análisis e interpretación de datos. Materia del programa English Friendly. Los/as estudiantes internacionales podrán solicitar al profesorado: a) materiales y referencias bibliográficas para el seguimiento de la materia en inglés, b) atender las tutorías en inglés, c) pruebas y evaluaciones en inglés.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C1	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.
C4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
C7	CE7. Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.
C11	CE11. Comprender el concepto de calidad, sus implicaciones en el desarrollo de las tareas y funciones y su influencia en la reputación comercial, así como saber evaluar e implantar sistemas de gestión y normas de calidad.
C15	CE15. Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio, así como el diseño y análisis de encuestas mediante muestreo probabilístico para la realización de estudios de mercado.
C25	CE25. Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D12	CT12. Creatividad.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.

D15 CT15. Compromiso ético en el trabajo.

D16 CT16. Iniciativa.

D17 CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Entender y saber usar los conceptos de investigación de mercados	B1	C1 C7 C11 C15 C25	D1 D3 D4 D17
Resolver problemas complejos a los que se tienen que enfrentar los responsables del área comercial o de marketing de las empresas	B1 B2 B6	C4 C6 C7 C11 C15 C25 C26	D1 D2 D3 D4 D8 D11 D12 D13 D15 D16 D17

Contenidos

Tema

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas de laboratorio	17	34	51
Lección magistral	25	31	56
Práctica de laboratorio	1	15	16
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	25	27

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

Metodologías

Descripción

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Atención a las dudas que puedan surgir durante las sesiones o que habían surgido en anteriores clases.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Prácticas de laboratorio	Asistencia, actitud y rendimiento durante las prácticas, reflejado especialmente mediante las entregas de ejercicios.	30	B2	C7 C15 C25 C26	D1 D2 D3 D4 D8 D11 D12 D13 D15 D16 D17
Práctica de laboratorio	Prueba parcial a desarrollar en una sesión magistral a mitad de curso	35	B1 B2 B6	C1 C4 C6 C7 C11 C15 C25 C26	
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba escrita e individual a realizar una vez finalizada la docencia. Incluye preguntas abiertas y cortas sobre los conceptos estudiados.	35	B1 B2 B6	C1 C4 C6 C7 C11 C15 C25 C26	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá dirigir un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia, con copia al coordinador/a del Grado (fc.organizacion@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende que el/la alumno/a sigue la evaluación continua, renunciando a la evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre.

En la modalidad de evaluación continua, la calificación final será el resultado de las calificaciones en pruebas parciales (70% de la calificación final) y del desempeño en las tareas realizadas durante el curso (30% de la calificación final). En caso de que el desarrollo del curso no permita una prueba parcial, esta prueba se incluirá en el examen final de la asignatura. Para aprobar la asignatura, el alumno debe obtener una puntuación mínima de 5 puntos. La puntuación obtenida por la participación y la realización y entrega de las tareas establecidas por el profesor permanece en la convocatoria de junio y julio del curso académico vigente pero no se mantendrá para cursos sucesivos. Cualquier alumno que durante el curso participe en el 20% de las pruebas de evaluación del programa no podrá obtener en ningún caso la calificación de no presentado.

Los estudiantes que no puedan seguir la evaluación continua se examinarán a través de una prueba escrita en la fecha oficial establecida en el calendario de exámenes. La calificación final será la que tenga el examen y se valorará en 10 puntos, considerando que la calificación aprobada es igual o mayor a 5. Se puede exigir la entrega de determinadas tareas dependiendo de la evolución de la situación y de las contingencias.

Desde la asignatura se fomentará la participación de los estudiantes en las actividades académicas organizadas por la escuela de empresariales o la universidad, que pueden estar sujetas a una bonificación adicional a las actividades del curso, con hasta 0,3 puntos, siempre que se demuestre la participación.

Las fechas de los exámenes oficiales, pueden consultarse en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Malhotra, N.K., **Investigación de mercados. Conceptos esenciales**, 1ª, Pearson, 2016

Trespalacios Gutiérrez, J.A. [et al.], **Investigación de mercados: el valor de los estudios de mercado en la era del marketing digital**, 1ª, Paraninfo, 2016

Alonso Dos Santos, M., **Investigación de mercados: manual universitario**, 1ª, Díaz de Santos, 2018

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

Abel Monfort de Bedoya; María Jesús Merino Sanz; Silvia Villaverde Hernando, **Investigación de Mercados en Entornos Digitales y Convencionales**, 1ª, ESIC, 2020

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Investigación operativa en la empresa comercial/V06G270V01707

Técnicas de investigación social/V06G270V01708

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Economía internacional				
Asignatura	Economía internacional			
Código	V06G270V01803			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía aplicada			
Coordinador/a	Iglesias Malvido, Carlos			
Profesorado	Iglesias Malvido, Carlos			
Correo-e	calu@uvigo.gal			
Web				
Descripción general	Economía Internacional es una asignatura que se ofrece en el segundo semestre del cuarto año del Grado de Comercio. Consta de 6 créditos ECTS.			

Resultados de Formación y Aprendizaje	
Código	
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
C1	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.
C2	CE2. Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto. Saber vincular el objeto y condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Resultados previstos en la materia			
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
El alumno es capaz de conocer la evolución de la economía internacional en las últimas décadas	B3	C1	
	B4	C2	
El alumno es capaz de analizar nuevos problemas con los instrumentos adquiridos		C2	D3
			D4
			D5
El alumno es capaz de argumentar de modo coherente e inteligible, tanto de forma oral como escrita. Además, demuestra poseer capacidad de análisis y de síntesis, de prestar atención al detalle y de hacer un buen trabajo.			D3
			D4
			D13
			D17
El alumno es capaz de elaborar informes económicos	B3	C1	D4
			D5
			D17

Contenidos	
Tema	
Introducción a la economía internacional	Conceptos básicos
Los procesos de integración económica	Acuerdos comerciales; acuerdos cambiarios; uniones monetarias.
La Unión Monetaria Europea	La UE: aspectos institucionales; Crisis financiera y crisis del euro
Organismos económicos internacionales	Del GATT a la OMC, FMI, Banco Mundial, etc.
La globalización económica	Crecimiento y economía internacional; mecanismos de transmisión internacionales

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	20	40	60
Prácticas con apoyo de las TIC	15	40	55
Aprendizaje colaborativo.	5	25	30
Examen de preguntas objetivas	5	0	5

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	El profesor introduce al alumnado en los aspectos generales del programa de la asignatura y desarrolla los conceptos de comprensión más compleja. Asimismo proporciona al alumnado los materiales necesarios para sus tareas discentes. Se recomienda al alumnado que, fuera del aula, estudie el material entregado.
Prácticas con apoyo de las TIC	Actividades de aplicación de los conocimientos en un contexto determinado y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales en relación con la materia, a través de las TIC.
Aprendizaje colaborativo.	Organización de la clase en pequeños grupos donde el alumnado trabaja de forma coordinada entre sí para desarrollar tareas académicas y profundizar en su propio aprendizaje.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas con apoyo de las TIC	Las prácticas tienen como objetivo ayudarle al alumnado a consolidar los conocimientos adquiridos en las clases teóricas. Además, permiten al profesorado orientar a los/as alumnos/as y resolver las dudas que puedan surgir en el proceso de aprendizaje
Aprendizaje colaborativo.	El trabajo en grupo, con la orientación del profesorado, le permite al alumnado ser responsable de su aprendizaje y, a la vez, a facilitar el aprendizaje a sus compañeros/as. El profesorado supervisa la asignación de tareas y las discusiones teóricas entre los miembros del grupo para garantizar un buen resultado final.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Prácticas con apoyo de las TIC	Se valorará la participación en las clases, los ejercicios, cuestionarios y cualquier otro trabajo que se proponga en las clases prácticas. Estas actividades se valorarán de forma conjunta con las tareas realizadas en grupo.	20	B3 B4	C1	D3 D4 D5 D13 D17
Aprendizaje colaborativo.	Se valorará la participación en las clases, los resultados del trabajo en grupo y la implicación con el mismo. Estas actividades se valorarán de forma conjunta con las tareas realizadas en las prácticas con apoyo de las TIC.	20	B3 B4	C1	D3 D4 D5 D13 D17
Examen de preguntas objetivas	Se realizarán exámenes con preguntas objetivas basadas en el temario de la materia. Los alumnos/as deben mostrar un nivel adecuado de conocimientos para superar la materia.	60	B3 B4	C1 C2	D3 D4 D5 D13 D17

Otros comentarios sobre la Evaluación

La nota final do curso (para la primera y segunda oportunidad será la suma de la nota por las actividades realizadas en avaluación continua a lo largo del cuatrimestre (con una ponderación del 60 por ciento sobre el total) y de la nota obtenida en una última prueba que concidirá con la fecha de la Evaluación Global en primera oportunidad (con una ponderación del 40 por ciento del total).

Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá dirigir un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia, con copia al coordinador/a del Grado (fc.organizacion@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende que el/la alumno/a sigue la evaluación continua, renunciando a la evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre. Los exámenes se realizarán en las fechas oficiales aprobadas por el centro. Estas pueden consultarse en la página web del centro <http://fcomercio.uvigo.es>.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Castro A.E. y Teixeira J.F., **Luces y sombras de las uniones económicas**, RBA, 2017

Krugman P. y Obstfeld, M., **Economía internacional. Teoría y política**, Pearson, 2016

Bibliografía Complementaria

Aranda, E. Pérez Moreno, S. y Sánchez Andrés A. (coord.), **Política económica y entorno empresarial**, Pearson, 2017

Krugman P., **El retorno de la economía de la depresión y la crisis actual**, Prentice-Hall, 2009

Ochando, C. (coord.), **Objetivos e instrumentos de las políticas económicas coyunturales**, Tirant lo Blanc, 2021

Banco central europeo, <https://www.ecb.europa.eu/ecb/html/index.es.html>,

Banco Mundial, www.bancomundial.org,

Fondo Monetario Internacional, www.fmi.org,

Organización Mundial de Comercio, www.wto.org,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Economía: Economía española y mundial/V06G270V01201

Economía: Macroeconomía/V06G270V01202

Otros comentarios

A asistencia a clase é moi recomendable, salvo causas moi xustificadas de forza maior, para a realización na aula dos traballos prácticos e para a avaliación continua (adaptándose ás circunstancias do momento; é dicir, de forma presencial ou virtual segundo o establezan as autoridades académicas)

Unha vez superado o prazo dun mes desde o comezo do cuadrimestre, o alumnado disporá dun prazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente e por escrito, a súa intención de se acoller ao sistema de avaliación global na convocatoria ordinaria do dito cuadrimestre, renunciando así á avaliación continua. Para iso, deberá dirixir un correo electrónico ó profesor/a responsable da materia, con copia ó coordinador/a do Grao (fc.organizacion@uvigo.es). En caso de non manifestar esta intención, enténdese que o/a alumno/a segue a avaliación continua.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Comercio electrónico: Elementos informáticos**

Asignatura	Comercio electrónico: Elementos informáticos			
Código	V06G270V01806			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Informática			
Coordinador/a	González Dacosta, Jacinto			
Profesorado	Castro Rascado, Enrique González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	jdacosta@uvigo.gal			
Web	http://moovi.uvigo.gal/			
Descripción general	Conceptos básicos del comercio electrónico y sus tipos. Sitios Web y sus tecnologías. Herramientas para valorar sitios de comercio electrónico. Seguridad de la información y de las transacciones en el comercio electrónico. Aspectos informáticos de la legislación sobre el comercio electrónico.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
D3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.

D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
D12	CT12. Creatividad.
D13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
D15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
D16	CT16. Iniciativa.
D17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Conocer los elementos que conforman o influyen en un sistema informático.	A2	B1	C24	D1
Ser capaz de desarrollar un sistema informático básico para el comercio electrónico empresarial	A3	B2	C26	D2
	A4	B3		D3
	A5	B4		D4
		B5		D5
		B6		D6
				D7
				D9
				D11
				D12
				D13
				D15
				D16
				D17
				D18
Conocer, saber utilizar y aplicar los elementos y herramientas informáticas desarrolladas para el comercio electrónico.	A2	B1	C24	D1
	A3	B2	C26	D2
	A4	B3		D3
	A5	B4		D4
		B5		D5
		B6		D6
				D7
				D9
				D11
				D12
				D13
				D15
				D16
				D17
				D18

Contenidos

Tema	
1 Comercio electrónico	1.1. Introducción
2 Infraestructura tecnológica del comercio electrónico	2.1. Internet y world wide web 2.2. Creación de un sitio web de comercio electrónico. 2.3. Seguridad online y sistemas de pago. 2.4. Comercio electrónico y redes sociales
3. Conceptos de negocios	3.1. Comunicaciones de marketing en el comercio electrónico. 3.2. e-Marketplaces. 3.3 Cuestiones jurídicas en el comercio electrónico

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Presentación	12	25	37
Prácticas con apoyo de las TIC	18	35	53
Proyecto	12	43	55
Examen de preguntas objetivas	2	2	4

*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.
Presentación	En estas sesiones se expondrán los diferentes temas necesarios para el conocimiento de la materia.
Prácticas con apoyo de las TIC	Ejercicios propuestos por el profesor que los alumnos resolverán con la ayuda del ordenador en el aula de informática. Serán trabajos individuales y en grupo.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas con apoyo de las TIC	Son varias las estrategias que se ponen a disposición del alumno para seguir con éxito el desarrollo personalizado de la asignatura. Durante la realización de los ejercicios, el alumno podrá comparar si su trabajo es correcto a través de modelos comparativos. En tutorías grupales el alumnado puede ir comprobando la evolución en el aprendizaje mediante retroalimentación en el proceso, participando en la evaluación del trabajo realizado. El alumno dispondrá, además, de pruebas de autoevaluación, con el fin de reflexionar de forma sistemática sobre el trabajo realizado, los avances sobre lo aprendido y la funcionalidad práctica de los contenidos impartidos. En cualquier circunstancia de docencia (presencial, online o mixta) las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros de Moovi, Despacho virtual Campus remoto,...) bajo la modalidad de concertación de cita previa.

Pruebas	Descripción
Proyecto	Son varias las estrategias que se ponen a disposición del alumno para seguir con éxito el desarrollo personalizado de la asignatura. Durante la realización de los ejercicios, el alumno podrá comparar si su trabajo es correcto a través de modelos comparativos. En tutorías grupales el alumnado puede ir comprobando la evolución en el aprendizaje mediante retroalimentación en el proceso, participando en la evaluación del trabajo realizado. El alumno dispondrá, además, de pruebas de autoevaluación, con el fin de reflexionar de forma sistemática sobre el trabajo realizado, los avances sobre lo aprendido y la funcionalidad práctica de los contenidos impartidos. En cualquier circunstancia de docencia (presencial, online o mixta) las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros de Moovi, Despacho virtual Campus remoto,...) bajo la modalidad de concertación de cita previa.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Presentación	En este apartado se calificarán los trabajos de teoría realizados por los alumnos que se entregarán en los plazos fijados mediante las plataformas que se indiquen a lo largo del curso. Dichos trabajos estarán formados por una parte en soporte digital (maquetación, desarrollo, etc) y otra parte de presentación mediante aplicaciones cloud. Se hacen cuatro entregas distribuidas a largo de todo el cuatrimestre.	30	A2 A3 A4 A5	C24 C26	D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D9 D11 D12 D13 D15 D16 D17 D18
Proyecto	En este apartado se valora la realización de un proyecto que englobe los conocimientos adquiridos en la materia. Se hacen cuatro entregas distribuidas a largo de todo el cuatrimestre.	60	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C24 C26	D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D9 D11 D12 D13 D15 D16 D17 D18

Examen de preguntas objetivas	Preguntas cortas relacionadas con la documentación que se pone al alcance del alumno para establecer los conceptos básicos.	10	A3 A5	B1 B3 B6	D1 D3 D4 D5
-------------------------------	---	----	----------	----------------	----------------------

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Evaluación

El alumnado podrá elegir el sistema de evaluación que desea le sea aplicado. Por defecto se encuentra en la evaluación continua, pero puede renunciar a dicha evaluación para presentar un examen global único.

Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá enviar un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia. En caso de no manifestar esta intención, se entiende que el/la alumno/a sigue la evaluación continua, renunciando a la evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre.

Evaluación continua

Para superar esta evaluación es necesario que el alumno obtenga una puntuación mínima del 50% del total de la materia y además en los apartados "Presentación", "Proyecto" y "Preguntas" es necesario obtener una puntuación mínima del 30% de la puntuación máxima en cada apartado.

Los alumnos formarán equipos de trabajo y desarrollan un proyecto a lo largo de todo el cuatrimestre. El desarrollo del proyecto se hará por entregas, cada entrega consta de las partes del proyecto desarrolladas, la documentación correspondiente, y la presentación. Esto se corresponde con los apartados: "Proyecto-Presentación".

Por cada entrega el docente pondrá a disposición del alumno todos los requisitos de la entrega, así como la documentación y fuentes de información que se consideran necesarias para llevarla a cabo. Cada grupo realizará la entrega en formato digital, y una presentación donde explique los detalles más relevantes del trabajo realizado.

La suma de todas las entregas y presentaciones constituirán el 90% de toda la nota. Se realizarán un total de cuatro entregas con sus respectivas presentaciones distribuidas a lo largo de todo el cuatrimestre. Las fechas de cada una de ellas se publicarán en la plataforma Moovi. Las entregas cuentan con las siguientes ponderaciones: **10%, 40%, 20% y 20%. El 10%** restante se obtendrá por la resolución de cuestionarios en la plataforma Moovi, y se corresponde con el apartado de "Preguntas".

Examen global único

Para superar esta evaluación es necesario que el alumno obtenga una puntuación mínima del 50% del total de la materia y obtener una puntuación mínima del 30% de la puntuación máxima de dichas pruebas. Este examen constará de dos apartados:

- Test de respuestas cortas y/o preguntas de desarrollo (40%) sobre la parte de teoría
- Presentación de un proyecto realizado previa petición y asignación por parte del profesor (60%)

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

Participación en actividades complementarias

Siempre y cuando el estudiante haya superado la materia según los criterios antes descritos, se sumará a la nota que haya obtenido un máximo de 1 punto por la participación en determinadas actividades externas o internas que eventualmente tengan lugar durante el cuatrimestre en que se imparta la materia, y que el profesorado de esta materia considere de interés. Podrá tratarse de actividades organizadas por el centro, la universidad, u otras entidades, como visitas a empresas, charlas, mesas redondas, conferencias, talleres, seminarios, o similares. Para ello, el profesorado de la materia comunicará previamente al alumnado por los medios habituales (en horas presenciales o por Moovi) aquellas actividades en las que la participación supondrá un incremento de la nota. Se bonificará la participación en cada actividad con 0,25 puntos, y hasta

un máximo de 1 punto; en cualquier caso, la nota final de la materia no podrá superar el máximo de 10.

El alumnado deberá aportar algún documento acreditativo de su participación en cada actividad que desee que se le contabilice en los plazos indicados por la persona que coordine la materia. En el caso de actividades organizadas por el centro, éste se encargará de recopilar dicha información y trasladarla al profesorado.

Las fechas de los exámenes oficiales, pueden consultarse en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Agencia Española de Protección de datos, **Guías y herramientas**, 2018,

Andrew Tanenbaum, Nick Feamster, David Wetherall, **Computer Networks**, 2021,

Antonio Postigo Palacios, **Bases de datos**, 2021,

Chaffey, Dave y Fiona Ellis-Chadwick, **MChaffey: Digital Marketing**, 2022,

Adigital, **Libro blanco del comercio electrónico**, 2013,

Kenneth Laudon, Carol Traver, **E-commerce 2021-2022: business. technology**, 2021,

Ordóñez, Jordi, **Blog de Jordiob**,

Prestashop, **Blog de E-commerce**,

Varios, **Transformación Digital**, 2016, The Valley Business School, 2016

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Informática aplicada a la gestión comercial/V06G270V01307

Otros comentarios

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

1.- Como soporte a la docencia, se utilizarán plataformas de aprendizaje virtual (MOOVI)

2.- Es conveniente que el alumno active la cuenta de correo electrónico que le proporciona la Univesidad de Vigo.

3.- También para el seguimiento de la materia, es indispensable tener una cuenta gmail y otra de Microsoft.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Idioma para la comunicación internacional: Inglés**

Asignatura	Idioma para la comunicación internacional: Inglés			
Código	V06G270V01807			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	García de la Puerta, Marta González Crespan, María Araceli			
Profesorado	González Crespan, María Araceli			
Correo-e	acrespan@uvigo.es mpuerta@uvigo.es			
Web	http://faiitc.uvigo.es			
Descripción general	Carácter comunicativo (nivel B2) combinado con conocimientos propios de la titulación de Comercio. Es un curso de inglés para fines específicos con contenidos de la especialidad como eje conductor. Se profundizará en la interdisciplinariedad y en las metodologías de empresa (estudios de caso, DAFO, etc.).			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código				
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.			
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.			
B2	CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.			
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.			
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales			
C7	CE7. Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.			
C8	CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.			
C18	CE18. Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.			
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).			

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, utilizando un lenguaje inclusivo y no sexista tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales	A3	B4	D1
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 desarrollarán en el plan integral de marketing.	A3	B2	C7 C18
Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional. Se prestará particular atención a la igualdad y la diversidad.	A5	C8	D1

Contenidos	
Tema	
Basic Vocabulary for Marketing	1.1 Defining Marketing 1.2 Types of Marketing 1.3 Markets and Competitors 1.4 Inclusive, non-sexist language
The role of marketing	2.1. Skills and qualifications: Job Interviews, blind CV 2.2. Organisations, gender and equality 2.3. Role of marketing within an organisation 2.4. Identifying stakeholders
Marketing plan	3.1. Outlining a marketing plan 3.2 Differences in cultural attitudes and behaviours; adapting messages for a new market; gender issues; the importance of diversity 3.3. Marketing audit and analysis (SWOT, PESTEL, FIVE FORCES) 3.4. Marketing Mix: Strategy and tactics
Market research	4.1. Types of research. Research needs 4.2. Research methodology 4.3. Moderating a focus group 4.4. Writing survey questions. Understanding trends and changes and explaining survey data
Digital marketing	5.1. A failing strategy? 5.2. New objectives 5.3. New tools and techniques 5.4. Effective writing for the web

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	1	2
Lección magistral	22	58	80
Prácticas de laboratorio	12	40	52
Estudio de casos	0	4	4
Presentación	4	0	4
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	2	2
Simulación o Role Playing	4	0	4
Examen de preguntas objetivas	2	0	2

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

Metodologías	
	Descripción
Actividades introductorias	Presentación de la materia: objetivos, contenidos, metodología, criterios de evaluación, sistema de trabajo etc.
Lección magistral	Exposición de los contenidos sobre la materia , bases teóricas e instrucciones sobre trabajos, ejercicios o proyectos.
Prácticas de laboratorio	Puesta en práctica de las destrezas comunicativas en inglés en grupos pequeños, a través de actividades individuales, por parejas o en grupo.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	En cualquier circunstancia de docencia (presencial, online o mixta), las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, campus remoto), bajo la modalidad de concertación previa. En la medida del posible, se atenderán estas solicitudes en un plazo máximo de tres días hábiles.

Evaluación			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje

Estudio de casos	Actividad de grupo. Informe escrito del análisis de una compañía. Por ejemplo, una auditoría que incluya DAFO, PESTEL y Cinco Fuerzas.	15	A3 A5	B2 B4 B6	C7 C18	D1
Presentación	Presentación de grupo de una lectura sobre temas de actualidad, por ejemplo, marketing social.	20	A3 A5	B2 B4 B6	C18	D1
Resolución de problemas y/o ejercicios	Diseño de un cuestionario para investigación de mercados. Será una actividad individual y revisada por pares.	15	A3 A5	B4	C18	D1
Simulación o Role Playing	Simulacro de una entrevista de trabajo. Será una actividad individual y puede comprender habilidades orales y escritas.	10	A5	B4 B6	C8 C18	D1
Examen de preguntas objetivas	Abarca todas las unidades y los materiales tratados en el curso. Habrá cuestiones sobre vocabulario, funciones lingüísticas y uso apropiado del inglés en contexto, lectura, escucha, escritura y otros asuntos como el contenido comunicativo del curso. Habrá preguntas de respuesta corta y de respuestas cerradas.	40	A3 A5	B2 B4	C18	D1

Otros comentarios sobre la Evaluación

ASISTENTES: La evaluación será continua. Es precisa una asistencia del 75%. Llegar tarde será considerado no asistencia. El alumnado que suspenda en la primera oportunidad puede examinarse en julio (los resultados serán el 100% de la cualificación).

NO ASISTENTES: El alumnado que no pueda cumplir el requisito de asistencia del 75% debe comunicarlo en el primer mes de clase, o en el momento en que la asistencia sea imposible. En este caso, habrá un examen al final del período de clases cuyo resultado supondrá el 100% de la cualificación. El alumnado que suspenda en la primera oportunidad puede hacer un exame en julio (los resultados serán el 100% de la cualificación).

N.B.: En caso de plagio, la cualificación será de suspenso.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Mascull, Bill, **Business Vocabulary in Use.**, Cambridge University Press, 2012

Pilbeam, Adrian, **Market Leader. International Management**, Longman, 2000

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

Bibliografía Complementaria

Adam, J.H., **Dictionary of Business English**, Longman, 1991

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

Alcaraz, Enrique y Brian Hughes, **Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales: inglés-español**, 6ª, Ariel, 2012

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

Brieger, Nick and Jeremy Comfort, **Language Reference for Business English**, Prentice Hall, 1992

Brieger, Nick & Simon Sweeney, **The Language of Business English. Grammar and Functions.**, Prentice Hall, 1994

Jones-Macziola, Sarah and Greg White, **Further Ahead**, Cambridge University Press,

Littlejohn, Andrew, **Company to Company**, Cambridge University Press, 2002

Trappe, Tonya & Grahame, Tullis, **Intelligent Business (Intermediate)**, Pearson Education Limited, 2005

Comfort, Jeremy, **Effective Socializing**, Oxford University Press, 2005

Lozano Irueste, José María, **Diccionario Bilingüe de Economía y Empresa**, Pirámide, 2001

Parra, Eduardo, **Diccionario inglés de publicidad y marketing**, Gestión, 2000

Silva Rojas, Terencia, María Jesús Barsanti, María José Corvo y Beatriz Figueroa, **Diccionario cuatrilingüe de marketing y publicidad: inglés, español, francés y alemán**, @bedecedario, 2009

<http://www.acronymfinder.com/>, **Acronym Finder**,

<http://www.foreignword.com/>, **The Language Site: <http://www.foreignword.com/> Harraps Marketing Dictionary: English-Spanish**, Chambers Harrap, 2004

Diccionario Oxford Business Spanish-English, Oxford University Press, 2002

<http://www.wordreference.com/>, **WordReference.com Online Language Dictionarie**,

<http://www.microsoft.com/smallbusiness/resources/marketing/advertising-branding/9-steps-to-making-tr>, **Nine steps to making trade shows pay off**,

http://eventplanning.about.com/od/eventplanningbasics/tp/trade_show_etiquette.htm1, **Trade show booth etiquette can attract or repel attendees**,

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

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Idioma para la negociación intercultural: Inglés/V06G270V01505

Otros comentarios

Una bibliografía completa así como los materiales para lo correcto seguimiento de la materia se incorporará en la plataforma Moovi.

NOTA INFORMATIVA: Para fomentar la participación en actividades complementarias de interés como visitas a la empresas, charlas, mesas redondas, conferencias, seminarios o similares, organizadas por el centro, la universidad u otras entidades, la asistencia acreditada de las que la profesora indique durante el cuatrimestre podrán tener un reconocimiento en la calificación final de hasta 0,5 puntos. Esta medida sólo será de aplicación para el alumnado que tenga una calificación mínima de APROBADO (5).

DATOS IDENTIFICATIVOS**Idioma para la comunicación internacional: Alemán**

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

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
C7	CE7. Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.
C8	CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.
C14	CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
C18	CE18. Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.
C26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.	C7
Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.	C18
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.	C26
Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.	C8
Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.	C14

Contenidos

Tema	
1. Die Nebensätze (I)	1. Vorlektion: Lerntipps
2. Das Adjektiv: Deklination und Steigerung	2. Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern (I)
3. Die Relativsätze	3. Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern (II)
4. Die Nebensätze (II)	4. Verkaufsgespräche (I)

5. Die Fragepronomen des Adjektivs	5. Verkaufsgespräche (II)
6. Das Passiv	6. Das Beratungsgespräch (I)
7. Der Konjunktiv I: Das Bildung und der Gebrauch. Der Konjunktiv als Ausdruck der Nichtwirklichkeit (Irrealität) und der Möglichkeit	7. Kommunikation zur Anbahnung und Erfüllung eines Kaufvertrages: der Geschäftsbrief (I)
8. Die Infinitivsätze	8. Kommunikation zur Anbahnung und Erfüllung eines Kaufvertrages: der Geschäftsbrief (II)
9. Der Konjunktiv II: Das Bildung und der Gebrauch.	9. Kommunikation zur Anbahnung und Erfüllung eines Kaufvertrages: das Telefongespräch
10. Die Wortbildung	10. Kommunikation zur Anbahnung und Erfüllung eines Kaufvertrages: die E-Mail

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajo tutelado	5	7	12
Prácticas de laboratorio	13	17	30
Resolución de problemas	4	59	63
Lección magistral	18	22	40
Resolución de problemas y/o ejercicios	5	0	5

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

Metodologías

	Descripción
Trabajo tutelado	Trabajos tutelados e individuales sobre los temas expuestos en el aula en las clases teóricas
Prácticas de laboratorio	Sesiones de prácticas gramaticales y léxicas con ejercicios orales adecuados a los temas expuestos en las sesiones teóricas.
Resolución de problemas	El alumno realizará ejercicios de tipo práctico sobre cuestiones gramaticales y léxicas.
Lección 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.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajo tutelado	En las horas de trabajo autónomo del alumno
Prácticas de laboratorio	En las horas prácticas de la materia y realizadas en grupo

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Prácticas de laboratorio	El alumnado realizará ejercicios de comprensión basada en el vocabulario específico aprendido.	30	C7 C8 C14 C18 C26
Resolución de problemas	El alumnado realizará ejercicios de tipo práctico sobre cuestiones gramaticales y léxicas.	30	C7 C8 C14 C18 C26
Resolución de problemas y/o ejercicios	Examen final escrito	40	C7 C8 C14 C18 C26

Otros comentarios sobre la Evaluación

1ª convocatoria enero-mayo

La evaluación y la consiguiente calificación del trabajo del alumnado se llevará a cabo con un procedimiento de evaluación continua de acuerdo con los porcentajes descritos más arriba. El examen final escrito se realizará la última semana de clase.

La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 4 para optar a superar la materia.

Los alumnos pueden renunciar a la evaluación continua: para ello presentaran un escrito indicando su expreso deseo de renuncia durante el primer mes de clase; la evaluación de la asignatura la obtendrán de la calificación alcanzada en un examen único final con el total del contenido de la asignatura. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 5 para superar la materia.

2ª Convocatoria junio-julio

Examen teórico-práctico escrito de los contenidos del curso por el 100% de la calificación. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 5 para superar la materia.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Schlüter, Sabine, **Menschen. Deutsch als Fremdsprache Berufstrainer A1**, 2020

Langenscheidt, **Diccionario Moderno Alemán-Español/Español-Alemán**, 2019

Bibliografía Complementaria

Castell, Andreu, **Gramática de la lengua alemana**, 2024

Terencia Silva Rojas, Beatriz Figueroa Revilla, M^a José Corvo Sánchez, M^a Jesús Barsanti Vigo, **Diccionario Cuatrilingüe de Marketing y Publicidad: Inglés, Español, Francés y Alemán**, 2009

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Idioma para la negociación intercultural: Alemán/V06G270V01507

DATOS IDENTIFICATIVOS**Trabajo de Fin de Grado**

Asignatura	Trabajo de Fin de Grado			
Código	V06G270V01991			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 4	Cuatrimestre 2c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Informática			
Coordinador/a	González Dacosta, Jacinto			
Profesorado	González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	jdacosta@uvigo.gal			
Web	http://moovi.uvigo.gal/			
Descripción general	El trabajo fin de grado es un trabajo personal que cada estudiante realizará de manera autónoma bajo tutorización docente y que debe permitirle mostrar de forma integrada la adquisición de conocimientos y las competencias asociadas a la titulación			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
B1	CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
D4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
D5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D12	CT12. Creatividad.
D16	CT16. Iniciativa.
D18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Será capaz de buscar y estructurar un trabajo sobre cualquier tema . Tendrá capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.	B1	D1
	B3	D2
	B6	D4
		D5
		D6
		D7
		D12
		D16
Será capaz de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.	B4	D18
	B6	

Contenidos

Tema

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Aprendizaje basado en proyectos	0	122	122
Trabajo tutelado	4	10	14

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

Metodologías

	Descripción
Aprendizaje basado en proyectos	Trabajo autónomo en el que cada estudiante realizará un proyecto con una finalidad específica y en el que se deberá planificar, diseñar y ejecutar una serie de actividades basadas en la recopilación, análisis y tratamiento de la información así como la investigación.
Trabajo tutelado	La evolución del trabajo fin de grado será tutorizada de manera personal.
Actividades introductorias	Se diseñará el trabajo y se darán las pautas para la recopilación y el análisis de las fuentes y la bibliografía.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Actividades introductorias	El tutor dedicará el tiempo que considere necesario a atender a cada estudiante a su cargo explicando en que consiste el trabajo fin de grado y orientándolo en los inicios del mismo
Aprendizaje basado en proyectos	El tutor asesorará al estudiante en la preparación y realización de su proyecto
Trabajo tutelado	El tutor dedicará el tiempo que considere necesario a atender a cada estudiante a su cargo y orientar su trabajo y guiar el proceso de aprendizaje , así como corregir y revisar la memoria y la presentación oral

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Aprendizaje basado en proyectos	Realización y presentación del trabajo autónomo del estudiante.	100	B1 B3 B4	D2 D4 D5 D6 D7 D12 D16 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

El tutor emitirá un informe sobre cada trabajo a su cargo, en los términos de favorable o desfavorable, y emitirá una cualificación numérica del mismo en el caso de tratarse de un tribunal unipersonal.

En el caso del tribunal colegiado, la petición previa del alumnado, el tribunal encargado de evaluar el TFG tendrá en cuenta dita cualificación.

La evaluación seguirá la normativa de TFG aprobada por el centro.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Otros comentarios

Se recomienda que el alumnado lea previamente la normativa de la Universidad de Vigo sobre el TFG , así como la normativa propia del grado en Comercio en la Facultad de Comercio.

El alumnado deberá tener en cuenta las recomendaciones establecidas para elaborar el TFG y para su presentación.

Es importante que el alumnado tenga en cuenta los plazos y formularios a cumplimentar en cada momento