

MEMORIA PARA LA SOLICITUD DE  
VERIFICACIÓN DEL TÍTULO DE  
GRADUADO/A EN COMERCIO



UNIVERSIDADE  
DE VIGO

# 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

## 1.1 Representante Legal de la universidad

1º Apellido	Gago	2º Apellido	Rodríguez
Nombre	Alberto		
NIF	35.431.071 P		
Cargo que ocupa	Rector		

## Responsable del título

1º Apellido	Sánchez
2º Apellido	Bello
Nombre	Patricio
NIF	35.945.434 E

## Universidad solicitante

Nombre de la Universidad	Universidade de Vigo
CIF	Q8.650.002B
Centro, Departamento o Instituto responsable del título	Escuela Universitaria de Estudios Empresariales (Vigo)

## Dirección a efectos de notificación

Correo electrónico	<a href="mailto:vic.tce@uvigo.es">vic.tce@uvigo.es</a>		
Dirección postal	Edificio CACTI, 2º andar		
Código postal	36310	Población	Vigo
Provincia	Pontevedra	CC.AA.	Galicia
FAX	986 813444		
Teléfono	986 813442		

## 1.2 Descripción del título

Denominación	Graduado/a en <b>Comercio</b> por la Universidad de Vigo	Ciclo	<b>1º</b>
Centro/s donde se imparte el título	Escuela Universitaria de Estudios Empresariales (Vigo)		

Título conjunto	NO		
Universidades participantes			
Convenio (archivo pdf)			

Tipo de enseñanza	Presencial
Rama de conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el primer año de implantación	120 plazas
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el segundo año de implantación	120 plazas
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el tercer año de implantación	120 plazas
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el cuarto año de implantación	120 plazas

Número de ECTS del título	240
<p>Número Mínimo de ECTS de matrícula por el estudiante y período lectivo</p> <p>El plan de estudios está diseñado para cursarlo en cursos consecutivos lo que supone que el número máximo de créditos por matrícula será de 30 en cada semestre y 60 por curso.</p> <p>Considerando que hay estudiantes que pueden tener una dedicación a tiempo parcial, el número mínimo de créditos de que podrá matricularse por primera vez será de 30 ECTS.</p>	
Normas de permanencia (archivo pdf)	
<p>Se incluye en el Anexo 1 la normativa de permanencia de la Universidad de Vigo que está en vigor actualmente. Esta normativa está en fase de revisión para tener en cuenta la nueva ordenación de las enseñanzas, los cambios de metodología docente necesarios para adopción plena del nuevo modelo de enseñanza-aprendizaje, y los cambios que ya se están incorporando al calendario académico y a las normas de matrícula.</p> <p>La normativa de permanencia de la Universidad de Vigo fue aprobada por el Consejo Social el 13-06-2001. Se han realizado posteriormente adaptaciones y modificaciones (2-12-2003 / 14-07-2004 / 2-12-2005 / 13-11-2006 / 30/07/2007). Como se observa en las modificaciones anteriores, la normativa de permanencia no es una norma cerrada, sino que se va adaptando a las necesidades y normas del momento.</p> <p>La normativa de permanencia de la Universidad de Vigo está articulada en 7 artículos que hacen referencia a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Artículo 1. Requisitos de matriculación en el primer curso de acceso o de reinicio de estudios</li> <li>▪ Artículo 2. Convocatorias</li> <li>▪ Artículo 3. Rendimiento académico mínimo</li> <li>▪ Artículo 4. Comisión de Permanencia</li> <li>▪ Artículo 5. Requisitos de matrícula</li> <li>▪ Artículo 6. Evaluación curricular</li> <li>▪ Artículo 7. Reinicio de estudios</li> </ul> <p>El texto completo se puede consultar en el link: <a href="http://webs.uvigo.es/sxeralweb/images/normativa/ordenacion_academica/normativa_de_permanencia_na_universidade_de_vigo.pdf">http://webs.uvigo.es/sxeralweb/images/normativa/ordenacion_academica/normativa_de_permanencia_na_universidade_de_vigo.pdf</a></p> <p>En todo caso, y en función de la normativa vigente y de las recomendaciones emitidas por la ANECA en los informes de verificación de las Memorias de propuestas de Grados y Masters, la Universidad de Vigo se planteará las modificaciones necesarias en dicha normativa antes de la puesta en marcha de los nuevos títulos.</p>	
Naturaleza de la institución que concede el título	Pública

Naturaleza del centro Universitario en el que el titulado ha finalizado sus estudios	Propio
Profesiones para las que capacita una vez obtenido el título	No está regulado.
Lenguas utilizadas a lo largo del proceso formativo	Castellano, gallego, inglés, francés y alemán.  Se impartirán en inglés, francés o alemán 20 ECTS correspondientes a las asignaturas Idioma Comercial, Idioma para la Negociación Intercultural e Idioma para la Comunicación Internacional, además de otras actividades complementarias, para los alumnos que las cursen.

## 2. JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO PROPUESTO

### 2.1. Interés académico, científico o profesional del mismo

#### 2.1.1. Justificación del nombre elegido para el Grado

La elección del Grado en Comercio es consecuencia de un análisis de las necesidades del mercado laboral, las titulaciones que se imparten en otros países y la opinión de los empresarios e instituciones que han colaborado en el desarrollo del mismo. Las Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales hemos manejado diversos nombres para este grado, como Gestión Comercial, Gestión de Negocios, etc., que podían ser igualmente válidos, pero en la Universidad de Vigo se decidió optar por el nombre de Comercio por cinco circunstancias fundamentalmente:

1. Esta titulación existe en muchos países, no sólo europeos sino también de fuera de Europa, con unos contenidos muy similares a los que proponemos. Así, nuestros Graduados en Comercio cuando busquen empleo fuera de España, se encontrarán con que los empresarios del país correspondiente conocen el título y, por tanto, serán conscientes de los conocimientos, competencias y habilidades que han adquirido en sus estudios, incrementando de esta forma las probabilidades de encontrar empleo de nuestros alumnos.
2. Los organismos e instituciones que han colaborado en el desarrollo de este plan de estudios valoran positivamente la elección del Grado de Comercio, porque las empresas del sector de la distribución comercial venían reclamando desde hace tiempo unos estudios universitarios centrados en una actividad tan importante para la economía del cualquier país y tan compleja como es el Comercio. Las empresas industriales consideran que las actividades de comercializar, distribuir, y administrar se engloban perfectamente bajo la denominación de Comercio.
3. Esta denominación recoge la tradición de las Escuelas de Comercio, origen de las actuales Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales. Concretamente, la Escuela de Vigo se fundó en 1920. Las titulaciones de Comercio desaparecieron del sistema formativo español al integrarse estas escuelas en la Universidad. La actualización de estos estudios en su momento podía haber sido muy positiva para el sistema universitario español, como ha ocurrido en Francia y en otros países de nuestro entorno. También hubiera sido importante para el mercado laboral que precisa de profesionales competitivos en este campo.
4. El Grado en Comercio ya se oferta en dos universidades públicas españolas. Unificar nombres en titulaciones similares es positivo porque ayuda a orientar a los estudiantes y a las empresas sobre los contenidos, habilidades y competencias que pueden desarrollar cursando este grado. También facilita la movilidad de los alumnos a escala nacional e internacional.
5. Existe una moción del Senado de España instando al Gobierno a poner en marcha la titulación de Grado en Comercio (ver [http://www.senado.es/legis8/expedientes/661/impresion\\_/661000328.html](http://www.senado.es/legis8/expedientes/661/impresion_/661000328.html), nº de expediente 661/000328).

#### 2.1.2. Justificación Académica

La actividad comercial es uno de los campos de la Economía que ha evolucionado con mayor rapidez, adquiriendo un elevado grado de desarrollo y complejidad como consecuencia, en buena medida, de la incorporación de las nuevas tecnologías y de la globalización de los mercados con una competencia cada vez más fuerte.

La creciente relevancia de la actividad comercial exige, cada vez más, la presencia de personas que se dediquen al desarrollo de estas funciones con capacidad para desempeñar las tareas específicas de esta área de negocio. Estos profesionales necesitan estar dotados de competencias y habilidades específicas, muy diferentes de las requeridas en otros ámbitos de la empresa. Por ello, la Universidad debe disponer de unas enseñanzas dirigidas a la formación de profesionales preparados para desempeñar las funciones propias de ésta.

La Red creada para el desarrollo del Grado en Comercio, constituida por todas las Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales (EUEE) de España, considera necesaria una remodelación de las enseñanzas que hasta ahora ha impartido la Universidad en este ámbito, en el que se observan importantes carencias. En los futuros estudios de Comercio se incidirá de forma más intensa en el conocimiento de materias vinculadas a la gestión comercial, apoyado en el conocimiento de materias instrumentales que hoy son imprescindibles en el mundo de la

empresa. Estos conocimientos se impartirán desde un punto de vista muy práctico, buscando formar profesionales útiles para el mercado laboral, algo que desde siempre ha caracterizado a las EUEE.

La Red de EUEE españolas, antes de fijar su contenido, ha estudiado con detalle los estudios de Comercio que se imparten en varios países en los que este tipo de carreras tiene gran aceptación entre el alumnado y entre las empresas porque proporcionan profesionales altamente cualificados y valorados. Es más, en el proceso de elaboración del plan de estudios del futuro Grado en Comercio, han participado tanto Escuelas Superiores de Comercio francesas como Universidades portuguesas en las que se imparten estos estudios, ofreciendo su valiosa experiencia.

Gracias al amplio proceso de consultas externas realizado por las EUEE de toda España para la elaboración de este plan de estudios, ha sido posible comprobar la necesidad que existe en el mercado laboral español de este tipo de profesionales, que no está cubierta en absoluto por las titulaciones que en estos momentos se están impartiendo en las universidades públicas españolas. Para la elaboración del grado que aquí presentamos, se han realizado consultas a agentes externos tanto de la actividad económica pública como privada.

La Universidad Pública no puede permanecer ajena a una titulación como Comercio que es demandada con insistencia por el mercado laboral y por organismos e instituciones públicas y privadas. A todo ello debemos añadir que la formación en este campo ha sido atendida hasta ahora por centros privados (Escuelas de Negocios) o instituciones públicas no universitarias, con notable éxito.

A todo lo anterior, podemos añadir otros cuatro aspectos que abundan todavía más en el interés académico del título:

En primer lugar, existen antecedentes, dentro del marco general de la enseñanza española, que identifican el Comercio como un ámbito específico y en algún caso lo diferencia de forma explícita de la Administración de Empresas. El Real Decreto 1834/2008 de 8 de noviembre BOE de 28 del 11 del 2008 (así como en su antecedente de 1994) que clasifica las categorías de las tipologías de profesores de enseñanzas secundarias, diferenciando: Administración de Empresas y Organización y Gestión Comercial.

En las enseñanzas de Formación Profesional, estructuradas en función del Catálogo Nacional de Familias Profesionales recogida en la Ley Orgánica 5/2002 de 19 de junio de BOE 20 de junio de 2002, aparecen dos familias diferenciadas, aportándole entidad propia a cada una de ellas: Administración y Gestión y Comercio y Marketing. El desarrollo de cada una de ellas ha originado un conjunto de títulos de formación profesional de grado medio y superior diferentes.

Este hecho ofrece una idea clara de cómo la Administración del Estado está incorporando la disciplina objeto del Grado que aquí se propone de forma diferenciada de otras disciplinas como la Dirección y la Administración de Empresas.

En segundo lugar, el interés académico se pone igualmente de manifiesto en la amplia tradición académica de esta disciplina relatada, en su aspecto histórico, en la introducción a este apartado, y suficientemente contrastada por centros de formación privados nacionales con larga andadura en la formación de la misma, entre los que podemos citar: la Escuela Superior de Investigación Comercial que desde 1965 ofrece un Grado de cuatro años de duración denominado "Marketing y Gestión Comercial"; o la Escuela Superior de Comercio y Distribución de Tarrasa creada en el año 2000 y que, desde esa fecha, ofrece el Grado en Dirección Comercial y Distribución. No obstante, en ambos casos se trata de titulaciones con una cierta proximidad pero que, como su propia denominación indica, no son títulos de "Comercio"

En tercer lugar, existe una amplia bibliografía que pone de manifiesto el elevado desarrollo académico de las materias que conforman la función comercial de las organizaciones y el gran volumen de conocimientos que se ha ido creando y que sigue su evolución en los momentos actuales. Los fondos bibliográficos de la biblioteca de la propia Universidad de Vigo nos proporciona 4.129 referencias con la palabra "Comercio", 743 referencias con la palabra "Organización de Empresas", 2.956 con "Contabilidad", 2.609 con "Finanzas"

En cuarto lugar, su adecuado encaje dentro del mapa de titulaciones del Sistema Universitario de Galicia y de la Universidad de Vigo. El Grado en Comercio es necesario porque está asociado a conocimientos, habilidades y actividades profesionales no contempladas en los títulos existentes en la actualidad. Otros grados próximos no incluyen una buena parte de los contenidos en el Grado que se propone. Se pueden citar, a modo de ejemplo, los siguientes:

- Sociología del Consumo
- Fundamentos de Marketing

- Informática Aplicada a la Gestión Comercial
- Idioma Comercial (inglés, francés y alemán)
- Gestión de Aprovisionamientos y Distribución Comercial
- Gestión del Comercio Exterior
- Marketing Internacional
- Marketing Estratégico
- Idioma para la negociación intercultural (inglés, francés, alemán)
- Muestreo aplicado a la Investigación de Mercados
- Idioma para la Comunicación Internacional (inglés, francés y alemán)
- Planificación de Recursos de Información Integrados
- Creación de Empresas Comerciales
- Investigación de Mercados
- Gestión de Riesgos Financieros y Comerciales
- Habilidades Personales, directivas y comerciales
- Técnicas de Investigación social
- Estrategia empresarial y gestión de ayudas
- Comercio Electrónico: Elementos informáticos

Estos contenidos desarrollarán competencias que tienen como objetivo una pluralidad de habilidades necesarias en una actividad profesional de amplio desarrollo y tradición. Aunque son muchas estas habilidades, citamos a modo de ejemplo: habilidad de gestión de empresas comerciales; de comunicación en entornos internacionales en su propia lengua o en lenguas extranjeras; de negociación en la lengua propia o en otras lenguas; de dirigir equipos interdisciplinarios y de ventas; para gestionar bases de datos en general y de clientes en particular; para captar, fidelizar y retener clientes de forma sostenible para la empresa.

Consecuencia de lo anteriormente expuesto, el Grado en Comercio de la Universidad de Vigo ofrece una enseñanza pública universitaria centrada en la función comercial de organismos e instituciones.

### 2.1.2. Interés Científico

El objetivo del estudio científico y analítico de la actividad comercial es ofrecer unos principios que permitan interpretar y explicar determinados fenómenos que acontecen tanto en el ámbito general de la macroeconomía como en el ámbito microeconómico, donde se estudian las función comercial dentro de la actividad de organismos e instituciones, por tanto, nos encontramos dentro del campo de las ciencias vinculadas a los negocios.

El comercio, como disciplina científica, tiene un marcado carácter multidisciplinar, ya que se alimenta de numerosas fuentes del conocimiento como la Economía, la Sociología, las Matemáticas, la Estadística, la Economía de la Empresa, el Marketing, la Contabilidad, las Finanzas, la Comunicación, la Informática y otras TIC, además de los Idiomas necesarios para la comunicación. Ello es así porque el proceso productivo exige un análisis de la asignación de los medios de producción para conseguir la mayor eficiencia y un tratamiento de los costes, la asignación de la financiación necesaria, saber dar salida al producto mediante un estudio de los diferentes mercados. El conocimiento de la organización, la administración, la negociación, la previsión y la investigación comerciales, la legislación, las relaciones fabricante-distribuidor, los mercados exteriores y las técnicas de comercio exterior, son materias que precisan de un conocimiento científico propio y, por tanto, desgajado del ámbito de la economía general y de la gestión de la empresa en particular.

Desde el punto de vista del mercado doméstico, la actividad comercial necesita que sus funciones sean coordinadas para lograr un mejor y mayor desarrollo. No podemos olvidar que el tejido industrial español se caracteriza por la reducida dimensión de las empresas, con un tamaño medio de 12 trabajadores en más del 99% de las mismas. La generación de rendimientos crecientes de escala, no sólo mediante la consecución de una mayor dimensión empresarial media, sino también mediante la generación de economías externas de base territorial, constituye uno de los principales retos de la actual política industrial. Las actuaciones del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio dirigidas a las PYMEs se orientan a la consecución de un triple objetivo: mejorar su competitividad, favorecer la creación de empleo y propiciar un incremento de la riqueza nacional (Ministerio de

Industria, Comercio y Turismo, 2006).

Además, el comercio internacional es considerado como el motor de crecimiento de la economía española. Se produce una relación dinámica entre crecimiento y apertura de las economías hacia el exterior. Dentro de la Ciencia Económica los problemas que se presentan obligan a considerar un número más amplio de variables, por ello en la titulación se ponen las bases de conocimiento para el Comercio Internacional que es objeto de estudio más en profundidad en un Master en Comercio Internacional que se imparte en el Centro desde el curso 2008-09.

Como consecuencia de lo anteriormente planteado, se constata la necesidad y la oportunidad de ofrecer un Grado en Comercio que satisfaga las crecientes necesidades de profesionales cualificados en este ámbito.

### **2.1.3. Interés Profesional**

El comercio, desde el punto de vista profesional, es una función relevante de la actividad de los negocios que abarca un campo muy amplio, delimitado por las principales figuras profesionales y en respuesta a los perfiles profesionales propios del título. Por otra parte, como actividad dentro de la economía de un país, el comercio precisa profesionales expertos, capaces de estudiar, analizar y tomar decisiones para el correcto desarrollo de la actividad comercial.

Para delimitar el interés profesional de Grado en Comercio hemos recabado las opiniones de asesores y profesionales del ámbito de los negocios, organismos e instituciones públicos y privados para conocer sus opiniones relativas al perfil profesional en relación con estas enseñanzas. También se ha requerido información sobre la organización y las enseñanzas de Comercio en países de nuestro entorno que integrarán el Espacio Europeo de Educación Superior.

El objetivo es adaptar la estructura de las enseñanzas del Grado de Comercio a los perfiles profesionales propios de los futuros graduados. Por ello, parece conveniente fijar primero los criterios que rigen la elaboración del contenido de las enseñanzas y, después, delimitar los diversos campos de conocimiento que inciden en la debida formación profesional de los graduados.

La amplitud de sectores comerciales aconseja diferenciar las prácticas comerciales de las figuras profesionales, para así evitar una posible confusión, dadas las interrelaciones entre unas y otras. En otros términos, la diferenciación citada correspondería con una segmentación horizontal en el caso de las prácticas comerciales y una segmentación vertical al tratar de las figuras profesionales.

La variedad de prácticas comerciales exige por un lado, realización, entre otros, de la planificación y gestión comercial, la gestión del comercio exterior, la gestión de aprovisionamientos y distribución, la dirección de equipos de ventas, la investigación de mercados, contratos laborales. Es preciso desglosar estas actividades en forma sistematizada para imputarlas después a las competencias a las que se refieren los objetivos de la titulación, así como a los perfiles profesionales.

En cuanto al comercio exterior, conviene hacer una referencia diferenciada sobre el mismo, como un subsector del comercio, por la importancia que tiene para el conjunto de la Economía. En este subsector las actividades son también muy diversas y, a modo de ejemplo mencionar: Marketing internacional, logística y transporte internacional, gestión de las operaciones del comercio exterior, arbitraje en las operaciones del comercio internacional.

En cuanto a los diversos puestos a desempeñar a tenor de las actividades acabadas de recoger, es decir, lo que sería una segmentación de tipo vertical, es lógico que se desarrolle a diferentes niveles en el marco de los organismos e instituciones públicos y privados, siendo diferentes competencias y los conocimientos requeridos. De ahí el interés de estos estudios de Grado en Comercio que se complementan con la oferta actual de un Master en Comercio Internacional que se imparte en la propia Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo desde el curso 2008-09. A la vista de lo anterior, los puestos de trabajo que podrían desarrollar nuestros alumnos abarcan un espectro muy amplio que iría, en el ámbito de los negocios, desde responsable comercial y de ventas, responsable de gestión integral, hasta técnico comercial del Estado, pasando por una pluralidad de actividades vinculadas al comercio.

Así pues, como es fácil deducir de las prácticas y perfiles que acabamos de exponer, los efectos profesionales vinculados al Grado en Comercio se derivan de la importancia de este sector en la actividad económica. El desarrollo y el conocimiento de los mercados exigen estar en posesión de una preparación que permita abordar todo el campo del tráfico mercantil. En este sentido, los sujetos de la actividad mercantil (negocios comerciales), los instrumentos utilizados para el desempeño de dicha actividad teniendo presente las nuevas tecnologías y la complejidad de las relaciones comerciales, hacen necesario disponer de personas especialmente capacitadas para el desempeño de unas profesiones que insistentemente demanda el mercado laboral. A lo anterior, debe añadirse la necesidad de disponer de un personal especialmente capacitado encargado de realizar las funciones dentro del

marco internacional, ya que la apertura, cada vez mayor, de las economías nacionales al exterior y, consiguientemente, la posibilidad de acudir a los mercados extranjeros, obliga a contar con personas idóneas para ejercer esas actividades.

Los datos disponibles sobre la oferta de empleo que realizan las empresas ponen de manifiesto la necesidad que tienen de este tipo de profesionales. En los informes que periódicamente realiza Infoempleo, se puede comprobar la demanda de trabajadores, sobre todo, en dos áreas funcionales: Producción y Comercial, turnándose ambas en el primer puesto dependiendo de la coyuntura económica. Desde el 2005 el área comercial supone por sí sola más del 25 por ciento de las ofertas de empleo en España. Todos estos datos revelan la existencia de una gran demanda de personal formado para trabajar en el área comercial. Este hecho ha sido constatado por la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo al recabar asesoramiento externo para la elaboración de este plan de estudio a grandes empresas de la distribución como El Corte Inglés, a través de su Subdirector en Vigo D. Antonio Rodríguez Lijó, D. Fernando Pinto, Gerente del Centro Comercial Gran Vía, D. Alberto Rocha Guisande, Gerente de Texvigo, mostrando todos ellos un gran interés por el desarrollo de estos estudios que cubren la necesidad de profesionales con formación específica en este sector.

El Grado en Comercio responde también a las expectativas expresadas, entre otros, por la Diputación de Pontevedra, Consejo Superior de Colegios Profesionales de Titulados Mercantiles y Empresariales de España, Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España, Confederación de Empresarios, Asociación de Jóvenes Empresarios, Autoridad Portuaria de Vigo, Colegio Oficial de Agentes Comerciales y el Ayuntamiento de Vigo.

En el Catálogo de Cualificaciones Profesionales existe la familia profesional de Comercio y Marketing, con competencias específicas reconocidas, que encontrarán en esta titulación su continuidad como estudios universitarios de Grado. La actividad mencionada está entre las funciones laborales de mayor demanda en los últimos años sin que haya sido atendida suficientemente en el aspecto formativo dentro de la universidad, por lo que creemos necesario ofrecer un título universitario oficial y público de Grado en Comercio.

## 2.2. Normas reguladoras del ejercicio profesional

No procede puesto que la Titulación no está directamente vinculada a una profesión regulada.

## 2.3. Referentes internos y externos

En lo que respecta a los referentes internos, manifestamos que con el Grado en Comercio la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo retorna, en cierto modo, a su origen, dado que fue fundada en 1920 como Escuela de Comercio, y en ella se impartieron durante décadas estudios elementales y superiores de Comercio. No obstante, hay que poner de manifiesto que el plan de estudios que presentamos tiene poco que ver con aquél que desapareció en la década de los 70 del siglo XX. Ahora se trata de ofrecer unos estudios de Comercio adaptados a la realidad comercial de los negocios del siglo XXI, similares a los que ofrecen las Écoles de Commerce francesas y los College of Commerce anglosajones.

Actualmente, en el ámbito nacional se vienen impartiendo desde hace tiempo y con notable éxito, por instituciones públicas y entidades privadas, enseñanzas correspondientes a la gestión comercial y al marketing; éxito tanto en el número de estudiantes que las cursan como en las facilidades para acceder al mercado laboral.

Dentro de la última reforma que se realizó de la Formación Profesional, se crearon dos títulos relacionados con la actividad comercial de la empresa, uno de grado medio, Comercio y Marketing y otro de grado superior, Gestión Comercial y Marketing. En estos momentos son dos títulos que tienen una notable demanda. Es evidente que no son estudios de grado, pero sirven como referente a la hora de analizar las tendencias del mercado. Además, los alumnos que cursan estos ciclos son una demanda potencial para el futuro Grado de Comercio, dado que representará una continuidad de sus estudios, permitiéndoles incrementar su nivel de formación, lo que a su vez haría posible que pudieran aspirar a puestos directivos dentro de las organizaciones en las que desarrollan su actividad profesional.

Las únicas posibilidades que tienen para mejorar su formación en su ámbito profesional se las ofrecen las Universidades Privadas. La que más tradición y prestigio tiene es la Escuela de Gestión Comercial y Marketing ESIC que ofrece la Titulación Superior en Marketing y Gestión Comercial. Se trata de una titulación propia que cuenta con un importante reconocimiento en el mundo de los negocios, tanto en el ámbito nacional como internacional. Esta reputación se traduce en convenios, intercambios y convalidaciones con Universidades y Escuelas de Negocios de

otros países (EE.UU., Europa y Latinoamérica).

En el ámbito público, aunque no oficial, cabe mencionar la labor desarrollada por la Universidad Autónoma de Barcelona que dispone de un título propio relacionado con el Comercio. Se denomina Grado en Dirección de Comercio y Distribución, tiene una duración de tres años y su contenido se aproxima al Grado en Comercio que se propone en esta memoria.

En conversaciones con las grandes empresas de la distribución comercial en España (El Corte Inglés, Carrefour, Grupo Auchan), una de las quejas más frecuentes es que la única cantera a escala nacional de personal específicamente formado es la que procede de ESIC.

Precisamente uno de los objetivos del futuro Grado de Comercio es ofrecer desde la Universidad Pública una alternativa de calidad a esta oferta privada, de forma que las empresas, organismos e instituciones, puedan contar con personas formadas específicamente en marketing y comunicación.

El interés por la formación en el campo comercial ha sido puesto de manifiesto por numerosas empresas, organismos e instituciones públicos y privados. A modo de muestra indicamos los siguientes:

- Ayuntamiento de Vigo
- Autoridad Portuaria de Vigo
- Diputación Provincial de Pontevedra
- Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Vigo
- Confederación de Empresarios de Pontevedra
- Asociación de Jóvenes Empresarios de Vigo y Mancomunidad
- Colegio Oficial de Titulados Mercantiles y Empresariales de Vigo
- Colegio Oficial de Titulados Mercantiles y Empresariales de Pontevedra
- Colegio de Economistas de Pontevedra
- Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Vigo
- Fundación Provigo
- Instituto Ferial de Vigo (IFEVI)
- Aeropuerto de Vigo
- Asociación de Promotores Inmobiliarios
- Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES)
- Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOP)
- Confederación General de la Pequeñas y Medianas Empresas del Estado Español (COPYME)
- Consejo Superior de Cámaras de Comercio
- Consejo Superior de Colegios Oficiales de Titulados Mercantiles y Empresariales de España
- Asociación Nacional de Fabricantes de Conserva de Pescado y Marisco (ANFACO)
- Cluster de Empresas de Automoción de Galicia (CEAGA)
- Asociación Cluster del Naval Gallego (ACLUNAGA)
- Cooperativa de Empresas del Sector Textil (TEXVIGO)
- Asociación Española de Distribuciones, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS)
- Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)
- Unión Detallistas Españoles S. Cooperativa (UNIDE)
- Inditex
- El Corte Inglés
- Centro Comercial Gran Vía

- Alcampo
- Carrefour
- Vegonsa
- Pescapuerta
- Pescanova
- Citröen
- Caixa Galicia
- Banco Pastor
- Fundación Pedro Barrié de la Maza
- Grupo Postal
- Pascual Silva
- Carolina Herrera

Todos consideran necesaria la existencia de una titulación de Grado de Comercio ante la carencia de una oferta educativa en el sistema universitario español, al tiempo que es requerida por la trascendencia social del comercio. La valoración positiva y el apoyo a su implantación es total, así como los deseos de colaboración en el proyecto (Ver anexo 2).

En el plano internacional, uno de los aspectos clave en el proceso de implantación de los Títulos de Grado es la amplia oferta de estudios superiores asimilables en los países que participan en la articulación del Espacio Europeo de Educación Superior. Los títulos en Comercio están muy bien valorados, gozando de notable demanda tanto del alumnado como del mercado laboral.

Del análisis de la situación de estos estudios se desprende asimismo una clara diferenciación de los estudios oficiales de Comercio respecto a las titulaciones de Economía y Empresa, tanto por sus contenidos como por los perfiles profesionales que determinan y las necesidades sociales y empresariales a las que responden. En Francia, país con una larga y prestigiosa tradición en los Estudios Superiores de Comercio, existen diferentes titulaciones superiores de Comercio: Unas impartidas por las prestigiosas y cotizadas Écoles de Commerce y otras por los Instituts Universitaires de Technologie (IUT), instituciones similares a las Escuelas Universitarias españolas. Estas últimas imparten una titulación de dos cursos, que no es equiparable al grado, pero sus alumnos pueden realizar un tercer curso que les permite acceder a las Licenses Professionnelles en Commerce impartidas por diversas Universidades públicas francesas, y que constituyen una primera adaptación de estos estudios al Espacio Europeo de Educación Superior. En Portugal existen también estudios universitarios de Comercio; concretamente varios Bachelerato de Estudos Superiores de Comércio, e incluso licenciaturas, como en la Universidade do Minho.

En Alemania existen Estudios Superiores de Comercio, con carácter más profesionalizado, impartidos por las Fachhochschule, que están llevando a cabo su proceso de adaptación y proyectan reconvertir algunas de sus actuales titulaciones en estudios de Comercio. Otros países participantes en el Espacio Europeo de Educación Superior, como Holanda e Irlanda, también pretenden incluir estudios de Comercio en su proceso de adaptación.

Por tanto, los estudios de Comercio tienen entidad y presencia en los países de nuestro entorno que participan en el proceso de articulación del Espacio Europeo de Educación Superior, por lo que resultaría paradójica, desde este punto de vista, la exclusión del Grado de Comercio en España.

Otros países ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior, pero que se encuentran próximos culturalmente a nosotros, o constituyen por diferentes motivos un referente importante en el panorama educativo, ofrecen también titulaciones superiores en Comercio, diferenciándose de las de Economía y Empresa. Es el caso de Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Argentina, México, etc.

Finalmente, se ha constituido la Red Europea de Comercio en la que participan diversas Universidades españolas a través de sus Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales, Escuelas de Comercio e IUT franceses, además de Universidades italianas, portuguesas y holandesas. El objetivo de esta Red es coordinar las enseñanzas de Comercio y facilitar la movilidad de profesores y estudiantes.

Dentro de este apartado, se señalan también como referentes los planes de estudios de las Universidades públicas españolas, europeas e internacionales que imparten títulos similares.

En cuanto a los planes de estudios de Universidades públicas españolas, en la actualidad podemos encontrar dos

titulaciones ya aprobadas:

“Comercio” en la Universidad Complutense de Madrid.

“Comercio” en la Universidad de Valladolid.

El referente principal es el Grado en Comercio de la Universidad de Valladolid que, al igual que el grado de la Universidad Complutense de Madrid tienen una raíz común con el que proponemos, puesto que han sido elaborados en el seno de la misma red. No obstante queremos indicar algunas diferencias estructurales que se observan entre el grado de referencia de la Universidad de Valladolid y el grado que aquí se propone:

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia: Formación Básica, 60 créditos igual en ambos planes; Materias Obligatorias, Valladolid 108 créditos frente a 132 de esta propuesta (según normativa para las universidades gallegas); Materias Optativas, 45 créditos frente a 36; además en Valladolid la oferta de optatividad triplica el número de créditos a cursar (126/45) mientras que en el caso de Vigo la oferta -por normativa interna de la Universidad- es solo el doble de créditos que el alumno debe cursar (72/36). Por otra parte, la normativa de la Universidad de Vigo no permite ofertar asignaturas menores de 6 créditos, mientras que en el plan de estudios de referencia se ofertan asignaturas de 3 créditos. Prácticas externas 18 créditos frente a 6; Trabajo fin de Grado, 9 créditos frente a 6. Debido a lo anteriormente expuesto puede parecer que las diferencias existentes entre ambos planes son más relevantes de lo que un análisis pormenorizado revela. Así podemos afirmar que la formación adquirida por los alumnos de ambas universidades no difiere sustancialmente.

Por lo que se refiere a otras instituciones privadas y públicas, se vienen impartiendo con gran tradición estudios relacionados con la actividad comercial pero en ningún caso se ofrece el título de “Comercio”. Como ejemplo citar: La Escuela de Comercio de la Cámara de Comercio de Madrid, con titulaciones de “Técnico en Gestión Comercial y Marketing” y “Técnico Diplomado en Comercio Internacional”; la Universidad Camilo José Cela el de “Desarrollo, Gestión Comercial y Estrategias de Mercado–Marketing”; y la Universidad Europea de Madrid oferta “Marketing y Dirección Comercial”. Todas ellas forman profesionales que responde parcialmente al perfil de titulados que presentamos, ya que están más especializadas en marketing.

Del mismo modo se pueden analizar los planes de estudio de los referentes externos, es decir, aquellos grados o “bachelor” similares que se imparten en el resto del mundo. Sin ánimo de ser exhaustivos, se enumeran algunos centros dedicados a las enseñanzas del Comercio, que ofrecen títulos equiparables al grado. Se comienza con una referencia a lo que ocurre en los países con los que las Escuelas de Empresariales españolas han colaborado más estrechamente para elaborar el Grado: Francia y Portugal.

## FRANCIA

- ESC Amiens Picardie: École Supérieure de Commerce Amiens Picardie
- ESC Bordeaux: École Supérieure de Commerce de Bordeaux
- ESC Brest: École Supérieure de Commerce de Brest
- ESC Clermont: École Supérieure de Commerce de Clermont-Ferrand
- ESC Dijon-Bourgogne: École Supérieure de Commerce de Dijon
- ESC Grenoble: École Supérieure de Commerce de Grenoble
- ESC Le Havre: École Supérieure de Commerce de Havre
- ESC Lille: École Supérieure de Commerce de Lille
- ESC Marseille: École Supérieure de Commerce de Marseille
- ESC Montpellier: École Supérieure de Commerce de Montpellier (<http://www.supdeco-montpellier.com>). Es una de las más importantes Escuelas Superiores de Comercio de Francia. En ella se imparte el Bachelor en Comercio que ha sido también un referente interesante por el gran prestigio de esta Gran Escuela.
- ESC Pau: École Supérieure de Commerce de Pau
- ESC Reims: École Supérieure de Commerce de Reims
- ESC Rennes: École Supérieure de Commerce de Rennes
- ESC Rouen: École Supérieure de Commerce de Rouen
- ESC Toulouse: École Supérieure de Commerce de Toulouse

- ESCEM: École Supérieure de Commerce et de Management
- ESSCA: École Supérieure des Sciences Commerciales d'Angers
- EDHEC: École de Hautes Études Commerciales de Nord
- Université du Littoral Côte d'Opale: (DUT Techniques de commercialisation, Licence Sciences Economiques et Sociales Appliquées: Commerce-Gestion [http://www.univ-littoral.fr/form/form\\_init/pdf/licence\\_sesa\\_cg.pdf](http://www.univ-littoral.fr/form/form_init/pdf/licence_sesa_cg.pdf))
- Université de Pau et des Pays de l'Adour (DUT Techniques de commercialisation, Licence Professionnelle de Commerce, Master Management International: commerce international [http://iae.univ-pau.fr/FR/admin/images/up/formation\\_45.pdf](http://iae.univ-pau.fr/FR/admin/images/up/formation_45.pdf))

## PORTUGAL

- Universidad de Fernando Pessoa.
- Universidad de Aveiro.
- Instituto Politécnico de Setúbal-ESCE. [http://web.esce.ips.pt/candidatos/pdfs/licenciaturas/plano\\_de\\_estudos\\_GDL.pdf](http://web.esce.ips.pt/candidatos/pdfs/licenciaturas/plano_de_estudos_GDL.pdf)
- Instituto Politécnico de Leiria-IPL.
- Instituto Politécnico de Tomar.

En el mundo anglosajón, el Título de Bachelor of Commerce se imparte en todas las Universidades importantes: Reino Unido, Irlanda, Estados Unidos, Canadá, Australia, India, etc. Se trata de un Grado de Comercio, llamado de forma abreviada BCom o BComm, que es en realidad un Grado de Comercio en el que se incluyen algunas nociones de administración de empresas. Tiene tres pilares fundamentales: la empresa, las finanzas y la actividad comercial de la empresa, que abarcan materias como Contabilidad y Finanzas, Marketing, Sistemas de Información de Gestión, Economía y Gestión de Recursos Humanos. Este tipo de estudios se puede cursar en Escuelas de Negocios, (School of Business) o bien en College o Facultades de Comercio.

Por lo general, se trata de un Grado que sigue el modelo tradicional de clases magistrales y trabajo (dentro y fuera del aula) que suele impartirse de septiembre a mayo. Normalmente, los dos primeros cursos se articulan en torno a los principios básicos empresariales –economía, derecho, marketing y contabilidad–, mientras que los últimos cursos permiten una especialización en las áreas de mayor interés para el alumno. Son precisamente en los dos últimos cursos académicos en los que se encuentra la mayor optatividad del Grado. Éstos se suelen encontrar divididos en dos semestres y los cursos se organizan en módulos con exámenes a final de cada semestre, diciembre y mayo. En el último curso el alumno ha de realizar un Trabajo de Fin de Grado.

El Grado de Comercio tiene un reconocimiento internacional por parte de las principales universidades, organismos profesionales y empresas. Como se considera de una cualificación empresarial alta, permite a sus graduados obtener empleo en puestos como directores comerciales y otras profesiones relacionadas con los aspectos comerciales de las empresas. Se trata de Títulos que tienen una gran demanda de alumnos internacionales, procedentes fundamentalmente de Asia.

Citamos algunos ejemplos de Escuelas o Facultades de Comercio en diferentes partes del mundo anglosajón:

## IRLANDA

- University of Galway <http://www.nuigalway.ie/courses/undergraduate/courses.php?cCode=>
- Cork College of Commerce
- Shannon College of the National University of Ireland
- UCD Quinn School of Business

## REINO UNIDO

- London College of Commerce. Situado en el barrio de Wembley en Londres <http://www.lcc.eu.com/lcmdipstudies.html>
- Cheltenham International College of Commerce. Cheltenham
- Central College of Commerce of Glasgow

- Napier College of Commerce and Technology, Edimburgo
- College of Commerce. University of Glamorgan. Gales.
- BA Commercial Management. Swansea Metropolitan University. (<http://www.sihe.ac.uk/sihe/sbs/modules.htm>)

Éste es uno de los Centros con los que **REDCOM (Red Europea de Estudios de Comercio)** trabajó para el desarrollo del Grado en Comercio, debido a que imparte un titulación similar en Commercial Management y tiene un convenio con la E. U. de Estudios Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid lo que facilitó notablemente los contactos de la Red con dicha Universidad británica. En el diseño de su Programa podemos leer:

### Programme Design

Government and academic initiatives designed to support entrepreneurship have rekindled interest in the concept of the complete commercial manager as witnessed by the growing level of interest shown by large scale corporations in the development of a specific skills base. The role of Commercial Management has evolved in the areas of project managers, contracts managers and business development managers. The discipline of Commercial Management is by its nature 'commercial' in that it engenders the entrepreneurial spirit to identify, negotiate, develop and manage, profitable commercial relationships and projects from inception through to completion.

El texto anterior recoge de forma sintética la naturaleza "comercial" y la define como el espíritu de identificar, negociar, desarrollar y gestionar relaciones comerciales provechosas y proyectar dichas relaciones desde el comienzo hasta su finalización. Habilidades y capacidades que hemos recogido en nuestras competencias generales, específicas y transversales.

### CANADÁ

- Bachelor en Commerce. Edwards School of Business. University of Saskatchewan <http://www.edwards.usask.ca/programs/undergrad/index.html>
- Grant MacEwan College, Alberta
- Queen's School of Business at Queen's University, Kingston, and Ontario
- Royal Roads University, Victoria, British Columbia
- University Canada West, Victoria, British Columbia [http://www.ucan.ca/Online\\_and\\_Campus\\_Programs/Bachelors\\_Degrees/Undergraduate](http://www.ucan.ca/Online_and_Campus_Programs/Bachelors_Degrees/Undergraduate)

### ESTADOS UNIDOS

- College of Commerce. DePaul University. Imparte esta carrera desde 1912 en la ciudad de Chicago <http://commerce.depaul.edu/undergrad/>
- Indiana College of Commerce
- California College of Commerce
- Bowling Green College of Commerce. Bowling Green Business University. Glasgow, Kentucky

### AUSTRALIA

- Australian International College Of Commerce. Perth
- College of commerce. Macquarie University. Sidney <http://www.handbook.mq.edu.au/2009/Undergraduate/DegreesDiplomas/Degree.php?DegreeName=Bachelor+of+Commerce>
- Flinders University, Adelaide
- University of Melbourne
- University of Newcastle

### INDIA

- Shri Ram College of Commerce. University of Delhi desde 1926 <http://www.srcc.edu/commerce-honours.html>

- St. Vincent's College of Commerce. Pune, Maharashtra
- H. L. College of Commerce premier institution in commerce education in Western India. Gujarat
- Kolkata University, cuenta desde 1956 con el Goenka College of Commerce, Kolkata (Calcuta)

### PAKISTÁN

- Hailey College of Commerce. University of the Punjab. Lahore  
<http://www.pu.edu.pk/departments/default.asp?deptid=22>

### NUEVA ZELANDA

- University of Canterbury, Christchurch <http://www.canterbury.ac.nz/courses/undergrad/bcom.shtml>

Fuera del mundo de tradición anglosajona y de Europa también encontramos Escuelas o Facultades de Comercio que imparten Títulos en Comercio en:

### JAPÓN

- Metropolitan College of Commerce, Tokio, es uno de los más prestigiosos de Japón; existe desde 1954
- El Yokohama College of Commerce con 115 profesores y más de 2.200 alumnos existe desde 1968
- El Takachiho College of Commerce de la Takachiho University Suginami Tokyo, Tokyo
- Nagoya University of Commerce and Business Administration cuenta con un College of Commerce
- Tokyo University
- La Hitotsubashi University, una de las primeras Universidades privadas (1875), cuenta con el Tokyo College of Commerce desde 1920
- La DePaul University cuenta con un College of Commerce en Tokyo
- La Takasaki University of Commerce, de Takasaki, cuenta con un College of Commerce
- Okohama College of commerce
- Nihon University. College of Commerce. <http://www.bus.nihon-u.ac.jp/english/>

La primera Universidad privada del Japón, fundada en 1889, con más de 100.000 alumnos. En esta Universidad se puede observar como conviven una Facultad de Económicas y una Facultad de Comercio, a escasos metros uno de la otra, sin que aparentemente se produzcan interferencias, ni sus gestores consideren que existen ineficiencias por la existencia de ambos centros.

### TAIWÁN

- College of Commerce de La National Chengchi University, fundada en 1927 <http://iep.nccu.edu.tw/> (página web en inglés, para intercambios internacionales)

### CHINA

- College of Commerce. National Chengchi University
- Guangzhou Puiching College of Commerce

### MÉXICO

Se denomina Licenciatura en Relaciones Comerciales y se imparte en centros como:

- Escuela Superior de Comercio y Administración perteneciente al prestigioso Instituto Politécnico Nacional <http://www.escasto.ipn.mx/index.html>
- Universidad ICEL. Coacalco
- Universidad Autónoma de Juárez. Tabasco

Con todo ello hemos tratado de poner de manifiesto que el Grado en Comercio es una demanda de la sociedad, de las empresas, organismos e instituciones públicos y privados. Además los estudios de Comercio tienen una fuerte implantación en las universidades de todo el mundo lo que facilita el reconocimiento de estos profesionales a nivel internacional.



## 2.4. Descripción de los procedimientos de consulta utilizados para la elaboración del plan de estudios.

### 2.4.1. Descripción de los procedimientos de consulta internos

En la elaboración del plan de estudios que aquí presentamos se ha tratado de escuchar las opiniones de los diferentes grupos de interés que tienen algún tipo de vinculación con el Grado en Comercio. El punto de partida es la Junta de Titulación ya establecida con anterioridad, presidida por la Vicerrectora de Titulaciones y Convergencia Europea y, manteniendo el peso, una representación del profesorado, alumnado y personal de administración y servicios. Estos tres estamentos se distribuyen entre la representación ponderada que tiene en esta Junta las titulaciones de LADE de las Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales de Vigo y de Ciencias Empresariales y Turismo de Orense, y de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo.

La Junta de Titulación se reúne el 21 de septiembre de 2009 y acuerda aprobar los perfiles de los dos grados a desarrollar presentados por la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo de Orense, el Grado en Consultoría y Gestión de la Información y por la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo, el Grado en Comercio. Se acuerda encargar a una Comisión Delegada la elaboración de la Memoria del Grado en Comercio. Esta Comisión, está integrada por profesores de áreas con docencia en la actual diplomatura y representantes de la dirección del Centro, de los alumnos y del personal de administración y servicios. Previamente, la Comisión Permanente en reunión del 15 de septiembre de 2009, define y aprueba el perfil que se presentaría a la mencionada Junta de Titulación. A partir de la aprobación del mencionado perfil de la titulación por la Junta de Titulación, la Comisión Delegada se ha ido reuniendo periódicamente con el fin de proceder a la elaboración de la memoria. Los contenidos y los acuerdos quedan reflejados en las correspondientes actas que la secretaria del Centro levanta. En los casos en que los acuerdos suponen una aportación relevante, son colgados en la web del Vicerrectorado para conocimiento de los miembros de la Junta de Titulación.

Con fecha 17 de noviembre de 2009 se reúne la Junta de Titulación para someter a aprobación la estructura del plan de estudios elaborado por la comisión. Mientras, ésta sigue trabajando en algunos puntos incompletos para, finalmente, el 14 de diciembre de 2009, aprobar la Memoria de Solicitud del Grado en Comercio, continuando el proceso de revisión interna de la Universidad de Vigo.

Posteriormente, la Comisión de Organización Académica y Profesorado (COAP), delegada del Consello de Gobierno de la Universidad de Vigo, emite un informe favorable. El último trámite dentro de la Universidad de Vigo es la aprobación, por parte del Consello de Gobierno que, igualmente, emite informe favorable en su reunión de 21 de diciembre de 2009, y por el Consello Social, que también informa favorablemente en su reunión de 22 de diciembre de 2009.

Tras el informe favorable del Consello Social de la Universidad de Vigo, será remitida a la Xunta de Galicia y finalizará este proceso con su remisión a la ANECA, para la verificación del título.

Para poder llevar a cabo este proyecto de Grado, la Comisión de Plan de Estudios de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo ha tenido en cuenta los siguientes textos legales y documentos que regulan y orientan la elaboración del Plan de Estudios del Grado:

- Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades (LOU).
- Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades.
- Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.
- Real Decreto 1044/2003, de 1 de agosto, por el que se establece el procedimiento para la expedición por las Universidades del Suplemento Europeo al Título.
- Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias.
- Real Decreto 1742/2003, de 19 de diciembre, por el que se establece la normativa básica para el acceso a los estudios universitarios de carácter oficial.
- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.
- Estatutos de la Universidad de Vigo.

Además se han utilizado otros documentos de interés que ha tomado en consideración la Comisión:

- *La Educación y la Formación – Enseñar y aprender – hacia la sociedad cognitiva* – Libro Blanco. Resumen. COM (95) 1 y 2. Comisión de las Comunidades Europeas. (1995)
- *Memorándum sobre el aprendizaje permanente*. 1 y 2. SEC. Comisión de las Comunidades Europeas. (2000)
- Guía de apoyo para la elaboración de la memoria para la solicitud de verificación de Títulos oficiales (Grado y Máster)
- Protocolo de evaluación para la verificación de Títulos universitarios oficiales (Grado y Master)

Para aclarar algunos aspectos de redacción concreta del Plan nos hemos servido de otros documentos de apoyo:

- Presentaciones explicativas del Programa Verifica (disponibles en [http://www.aneca.es/active/active\\_verifica\\_pre.asp](http://www.aneca.es/active/active_verifica_pre.asp)):
- El estudio “Adaptación de los Planes de Estudio al Proceso de Convergencia Europea”, dirigido por Mario de Miguel Díaz, subvencionado por el Programa de Estudios y Análisis del MEC.
- Además de estos documentos, la Comisión ha tenido en cuenta las directrices de los órganos de gobierno de la Universidad de Vigo.

### 2.4.1. Descripción de los procedimientos de consulta externos

Durante la realización de la memoria se ha estado en contacto con diferentes grupos externos a la Universidad interesados en el título. El objetivo es conocer sus opiniones, sugerencias y consejos sobre diversos aspectos. Como ya hemos indicado en el epígrafe anterior (2.3.), los contactos con empresas, organismos e instituciones han sido habituales ya que, en definitiva son los que ofrecerán buena parte de los puestos de trabajo a los nuevos titulados.

Dentro de estas consultas en el exterior, se ha contado con los antiguos profesores y alumnos de la Escuela de Empresariales, ya que reúnen en una misma persona su experiencia exterior y su vinculación con el Centro. También se han realizado consultas con estudiantes actuales.

Una vez finalizada la propuesta de plan de estudios se le hizo llegar a los contactos externos para solicitar su opinión y su apoyo, si así lo consideraban oportuno, como aval del proceso de elaboración del Grado en Comercio.

A todo ello debemos añadir que la elaboración del Grado en Comercio que aquí presentamos se basa en el trabajo previo desarrollado desde el año 2003 cuando las Escuelas de Empresariales de toda España representadas en la Conferencia de Directores de Escuelas deciden trabajar de forma conjunta para desarrollar los futuros Grados a impartir.

A lo largo de las diversas reuniones de la Conferencia de Directores de Escuelas Universitarias de Estudios Empresariales que se producen durante de los años 2003 y 2004 va tomando forma la Red del Grado en Comercio (REDCOM, asimilada a la Red de Ciencias Empresariales RECEM – ver [www.euce.ua.es/recem](http://www.euce.ua.es/recem)), del que son miembros la mayor parte de la Escuelas de Empresariales de España. Destacan por su participación activa las Escuelas de La Coruña, Vigo, Oviedo, Jovellanos de Gijón, Bilbao, Vitoria-Gasteiz, la Escuela de la Cámara de Comercio de Bilbao, Zaragoza, Huesca, Valladolid, Soria, Sabadell, Alicante, Sevilla, Málaga, Melilla, Ceuta, Santa Cruz de Tenerife, Las Palmas y Madrid.

El objetivo de esta Red es desarrollar de forma coordinada el plan de estudios del nuevo Grado y la adquisición de competencias por parte de los estudiantes. Para ello se consideraron las aportaciones de las diferentes Escuelas que forman parte de REDCOM y se pidió opinión a empresas y colegios profesionales sobre la conveniencia de implantar este tipo de estudios en España y cual debería ser el perfil de los mismos y las competencias y habilidades que debería adquirir los alumnos que cursaran estos estudios. Las sugerencias fueron recogidas por la Comisión Permanente de la Conferencia de Directores de E. U. de Estudios Empresariales que ordenó las propuestas las propuestas de asignaturas, armonizando las que eran de contenido similar, aunque el nombre pudiera variar, y se fueron recopilando las diversas propuestas sobre los objetivos y competencias.

Posteriormente, se pidió a agentes externos que valoraran estas propuestas, contando con la presencia de los representantes nacionales de los Colegios de Titulados Mercantiles y Empresariales y de Agentes Comerciales que participaron con regularidad en todas las reuniones de la Comisión Permanente. También se consultó a diversas empresas e instituciones, a las que una vez hechas las consultas se les pidió un certificado de apoyo al Título.

Con las propuestas de los diversos Centros y las recomendaciones de los agentes externos la Comisión Permanente elaboró una propuesta sobre objetivos, competencias y asignaturas que fue debatida en dos plenos de la Reunión

de Directores celebrados en Madrid Valladolid en el año 2007.

La Red de Grado Europeo en Comercio se creó en Alicante en septiembre de 2005 con el objetivo de adaptar esta titulación, que ya se estaba impartiendo en países como Francia y Portugal, a las directrices emanadas de Bolonia y favorecer su implantación en el resto de los países de la Unión Europea. En ella participaron Universidades de seis países europeos, además de España y se llegó a acuerdos de principio para desarrollar una carrera cuyos alumnos pudieran estudiar en diferentes países y cuyo diploma fuese reconocido en el ámbito del Espacio Europeo de Educación Superior.

En un principio constituyeron esta Red las E. U. de Ciencias Empresariales de las Universidades de Vigo, Valladolid, Complutense de Madrid, Málaga, País Vasco, Alicante, Sevilla, Zaragoza (Escuelas de Zaragoza y Huesca) Oviedo (Escuelas de Oviedo y de Gijón) y Pompeu Fabra, además de Universidad de Nápoles Federico II (Italia), Instituto Politécnico de Setúbal (Portugal), IUT de Annecy de la Universidad de Savoia (Francia), La Internacional Business School de la Hanze University Groningen (Países Bajos) y Centro de Estudios Superiores Felipe II de Aranjuez.

Posteriormente, en el año 2007, se incorporaron a esta Red las E. U. de Estudios Empresariales de las Universidades de Granada (E. U. de Ciencias Sociales de Melilla), País Vasco (E. U. de Ciencias Empresariales de Vitoria-Gasteiz), La Laguna, La Coruña, Valladolid (E. U. de Ciencias Empresariales y del Trabajo de Soria), ESC Bretagne Brest (Francia) y la IUT de la Universidad Montesquieu de Bordeaux (Francia). También estuvieron presentes representantes de las Universidades de Tras-os-Montes e Alto Douro (Portugal), Southampton Institute (UK), Leuven (Bélgica), Katho (Bélgica), Avans Hogeschool (Países Bajos), École Supérieure de Commerce de Troyes (Francia), IUT Le Havre (Francia), École Supérieure de Commerce de Pau (Francia) y Université Nancy II (Francia).

## 3. OBJETIVOS

### 3.1. Objetivos

#### **Objetivos generales del título**

*El grado en Comercio tiene como objetivo general formar a profesionales capacitados para desempeñar labores propias del departamento comercial y demás departamentos de la organización, proporcionándoles una formación práctica y de aplicación directa.*

*Estos graduados poseerán un conocimiento amplio y profundo del mundo de las organizaciones y de las áreas que las conforman. Estarán formados para el análisis, el diagnóstico y la toma de decisiones estratégicas mediante la correcta utilización de los métodos, procedimientos y herramientas de aplicación a las organizaciones.*

*Específicamente deben tener conocimientos de planificación y gestión comercial, gestión del comercio exterior, gestión de aprovisionamientos y distribución, dirección de equipos de ventas, investigación de mercados, sistemas de información integrados para la gestión, contratación laboral y tributación de operaciones comerciales, entre otros. Todo ello con la utilización u dominio de diferentes lenguas extranjeras y de las TICs específicas.*

*Esta formación capacitará a los futuros titulados para afrontar los diferentes retos que se presenten en el desempeño de su profesión, contribuyendo al mantenimiento, mejora y desarrollo de la organización tanto en los mercados nacionales como internacionales.*

*Los objetivos formativos del Grado en Comercio son:*

- 01. Formar profesionales versátiles, pragmáticos, capacitados para crear su propio negocio, para el desarrollo del ejercicio libre de la profesión, o para desempeñar diversas tareas en organismos e instituciones, tanto en el ámbito nacional como internacional.*
- 02. Ofrecer a los estudiantes una sólida capacitación metodológica de gestión y tratamiento de la información que les dote de ventajas competitivas en el desempeño de su actividad profesional, a través de un adecuado nivel de interdisciplinariedad, transversalidad e integración del programa docente.*
- 03. Integrar el aprendizaje de esta etapa de la formación del estudiante en su vida profesional, subrayando el papel fundamental de la formación continua y autónoma.*
- 04. Aplicar los criterios de igualdad de género, oportunidades, responsabilidad social y respeto por los derechos humanos en el ámbito personal y profesional.*

*Son objetivos específicos del presente Grado:*

- OE1. Formar profesionales capaces de gestionar y dirigir las actividades del comercio y otras áreas vinculadas, con una visión integral de las tendencias del mercado colaborando en el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones.*
- OE2. Fundamentar y promover en los estudiantes el conocimiento de los agentes, recursos y procesos que definen y/o contextualizan la profesionalización, inserción y desempeño laboral de la actividad comercial en diferentes entornos económicos, asociando esta actividad comercial a una concepción integral de la organización.*
- OE3. Familiarizar al alumno con los procesos de globalización mundial del comercio y la economía e instruirle en los recursos necesarios para desenvolverse en dicho marco y en las técnicas para abordar con éxito el objetivo de competir en un mercado global.*
- OE4. Formar a los estudiantes en los aspectos relativos al proceso comercial en su integridad, algunos más vinculados, como la comunicación y el marketing, y otros relacionados con el entorno, con el análisis de la situación económica nacional e internacional, el derecho, la financiación, la gestión de riesgos financieros y comerciales y otros aspectos que inciden sobre este proceso..*
- OE5. Analizar las diferentes áreas funcionales que afectan de forma directa y global a la gestión del comercio, combinando la formación específica con las habilidades personales, directivas y comerciales, el manejo de las TICs y la utilización fluida de los idiomas específicos.*
- OE6. Desarrollar en los estudiantes la capacidad crítica y la responsabilidad ética en el análisis de las realidades empresariales, de forma que sepan analizar los problemas y dificultades que tiene la organización en la que*

*trabajan, pudiendo aportar soluciones para mejorar la capacidad competitiva de su empresa, y aplicar lo antes descrito desde los criterios de igualdad de género, oportunidades, responsabilidad social y respeto por los derechos humanos.*

*Estos objetivos formativos están relacionados con la adquisición de competencias que describiremos a continuación y, a su vez, con el aprendizaje de contenidos teórico-prácticos que se detallan en cada Módulo y en cada Materia.*

## **3.2.: Relación de competencias generales y específicas que los estudiantes deben adquirir**

El diseño de competencias se ha llevado a cabo partiendo de las pautas que establece el Anexo I, punto 3, del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. Asimismo, se han tenido en cuenta las directrices del Marco Europeo de Cualificaciones para la Educación Superior, el *Proyecto Tuning*, los Descriptores de Dublín, la *Guía para la Elaboración de la Memoria para la Solicitud de verificación de Títulos Oficiales (Grado y Máster)* de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) y las recomendaciones de la Universidad de Vigo.

### **3.2.1.: Competencias generales**

- 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.
- 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.
- CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
- CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
- CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.
- 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.

### 3.2.2.: Competencias generales transversales

- CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
- CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
- CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
- CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.
- CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
- CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
- CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
- CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
- CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
- CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
- CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- CT12. Creatividad.
- CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
- CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
- CT15. Compromiso ético en el trabajo.
- CT16. Iniciativa.
- CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
- CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

### 3.2.3.: Competencias específicas

- 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.
- 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, y 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
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.
CE9.	Conocer las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil, adquiriendo capacidad para entender e informar sobre los principales aspectos jurídico-empresariales.
CE10.	Desarrollar los conocimientos necesarios para formular y analizar la información financiera relacionada con las combinaciones de negocios.
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.
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.
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.
CE14.	Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
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.
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.
CE17.	Ser capaz de identificar y operar con los sujetos colectivos en el campo de las relaciones laborales, así como con sus instituciones básicas: libertad sindical, negociación colectiva y derecho de huelga.
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.
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.
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
CE21.	Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.
CE22.	Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.
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.
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.

- 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.
- 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.

## 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

### 4.1. Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la Universidad y a la titulación

En el *Real Decreto 1393/2007, del 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales*, se especifica la obligación de las Universidades Españolas de disponer de sistemas accesibles de información y procedimientos de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso. Atendiendo a este requerimiento, la Universidad de Vigo ofrece información y orientación al alumnado de nuevo ingreso en su página Web dentro de los siguientes apartados: Estudios, Centros, Servicios, Biblioteca y Extensión cultural y estudiantes.

Por otro lado, desde el Vicerrectorado de Relaciones Institucionales se articulan las siguientes líneas de acción en lo relativo a los sistemas de información previa a la matriculación y a los procesos de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso:

1. Intervenciones informativas realizadas en los Centros de Secundaria, dirigidas a los alumnos de Segundo de Bachillerato y de Segundo de los Ciclos Formativos de Grado Superior. Se presenta información esencial que ha de ser conocida por éstos antes de concluir tanto el Bachillerato como el Ciclo de Grado Superior, entre la que podemos mencionar:
  - Acceso a la Universidad: Pruebas y procedimiento.
  - Estudios Universitarios: Tipos y estructura.
  - Becas y ayudas al estudio: Principales instituciones convocantes.
2. Organización de jornadas con orientadores: Promovidas principalmente para facilitar el encuentro con los Departamentos de Orientación de los Centros de Secundaria y actualizar la información relacionada con la Universidad.
3. Organización y desarrollo de las visitas guiadas a los Campus de la Universidad de Vigo, con la finalidad de dar a conocer *in situ* las instalaciones que la Universidad de Vigo pone a disposición de los alumnos.
4. Participación en las ferias educativas: Organizadas en ámbitos autonómico, nacional e internacional, están destinadas a dar a conocer al alumnado la oferta educativa y de servicios de la Universidad de Vigo.
5. Campaña de divulgación de la Universidad de Vigo orientada a los estudiantes que comienzan sus estudios universitarios en el siguiente curso académico (<http://webs.uvigo.es/mergullate/>).
6. Servicio de atención telefónica y virtual de atención a los centros educativos de Secundaria.
7. Publicación de:
  - *Guía Rápida del Estudiante*: Se pone a disposición del alumnado de nuevo ingreso la información orientativa que facilita el conocimiento de la institución. En ella se incluye: información general sobre el sistema universitario, estudios oficiales, calendario escolar, programas de movilidad, becas y ayudas al estudio, oferta académica, transporte a los Campus Universitarios, alojamiento, etc. También incluye un apartado específico para el alumnado de nuevo ingreso en el que se le orienta sobre su proceso de matriculación (enlace).
  - *Guía de Salidas Profesionales*: Descripción de las principales salidas profesionales de las titulaciones ofertadas por la Universidad de Vigo (<http://www.uvigo.es/guiasaidasprofesionais/>)
  - *Guía del estudiante extranjero*: Con información práctica para los estudiantes extranjeros que deseen cursar estudios en la Universidad de Vigo en el marco de un programa de intercambio o de un convenio de cooperación internacional, o bien como estudiantes visitantes extranjeros, durante un cuatrimestre o un curso académico completo (<http://www.uvigo.es/relaciones/index.gl.htm>).
  - Otras publicaciones centradas en aspectos propios de la vida universitaria como el empleo, la movilidad, las actividades de extensión cultural...enfocadas para que el alumno de Secundaria se

familiarice con la experiencia universitaria.

Además, en la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales se desarrollan otras líneas de acción que apoyan la acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso en su incorporación a la Universidad y la titulación, tales como:

1. Página web de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales ([www.euee.uvigo.es](http://www.euee.uvigo.es)). Constituye un medio interactivo de orientación complementario para los actuales y futuros estudiantes. Proporciona información básica sobre los planes de estudios de las titulaciones que oferta el Centro, perfil de ingreso de los alumnos, convenios de intercambio con universidades nacionales y extranjeras, convenios con empresas y entidades públicas para la realización de prácticas en empresa, horarios de clase, calendario de exámenes, servicios que ofrece el Centro (Secretaría, Biblioteca, Aula de Informática), relación de departamentos y profesores responsables de las distintas materias, actividades complementarias y cualquier información de interés.
2. Guía del Estudiante, que proporciona información de interés como objetivos de la titulación, perfil de ingreso, funciones profesionales, materias que conforman los planes de estudios de los títulos que se imparten en el Centro, departamentos implicados, instalaciones disponibles, convenios de intercambio con universidades extranjeras, programas SICUE-Séneca, convenios con empresas privadas y entidades públicas para la realización de prácticas en empresa.
3. Otras publicaciones sobre horarios de clases y prácticas, programas de las asignaturas, etc.

### Vías y requisitos de acceso al título

El artículo 14.1 del Real Decreto 1393/2007 del 29 de octubre sobre organización de las enseñanzas Universitarias Oficiales establece que el acceso a las enseñanzas oficiales de Grado requerirá estar en posesión del título de bachiller o equivalente y la superación de la prueba a que se refiere el Artículo 42 de la Ley 6/2001 Orgánica de Universidades, modificada por la Ley 4/2007 de 12 de abril, sin perjuicio de los demás mecanismos de acceso previstos por la normativa vigente.

La Universidad de Vigo establece el acceso del alumnado recogido en el Real Decreto 1742/2003, de 19 de Diciembre, por el que se establece la normativa básica para el acceso a los estudios universitarios de carácter oficial. En un futuro el acceso del alumnado a la Universidad se realizará de acuerdo con el Real Decreto 1892/2008, de acuerdo al calendario de implantación que en el mismo se señala, y con las vías de acceso que se indican.

El Centro respetará la normativa que se apruebe para el acceso mediante acreditación de experiencia laboral o profesional indicado por el artículo 36.4 del Real Decreto 1892/2008, que regula las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas.

### Perfil de ingreso recomendado

El Grado en Comercio está dirigido especialmente a estudiantes interesados en el ámbito del comercio y con voluntad de dominar conocimientos, técnicas y habilidades directivas necesarias para desempeñar su labor en las organizaciones. Personas con iniciativa, capacidad analítica, motivación hacia la toma de decisiones y la resolución de problemas, cualidades de comunicación, de trabajo en equipo, de utilización fluida de los idiomas y de las TICs entre otros. Se recomienda en inglés y francés unos conocimientos generales equivalentes al nivel A2 dentro del Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas. En el caso del alemán se recomienda un nivel de entrada A1.1, al tratarse de un idioma cuya docencia en el sistema público de enseñanza secundaria y bachillerato en Galicia no está generalizada.

## 4.2. Criterios de acceso y condiciones o pruebas de acceso especiales

No existen criterios específicos de acceso a esta titulación, además de los establecidos por la legislación en vigor relativos a los estudios de grado, ni se realiza ninguna prueba especial de acceso.

### 4.3. Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados

La Universidad de Vigo cuenta con los siguientes servicios que facilitan el apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados.

1. **Gabinete Psicopedagógico** a disposición de los estudiantes para orientarles y asistirles tanto en cuestiones académicas como en otras de índole personal (<http://extension.uvigo.es/>). Se pretenden los siguientes objetivos:
  - Asesorar a los estudiantes en la planificación y desarrollo de su trayectoria académica y profesional.
  - Adecuar y optimizar las decisiones académicas, maximizando la variedad de las posibilidades de las salidas profesionales.
  - Incrementar los niveles de autoestima y de motivación personal y profesional.
  - Mejorar los hábitos de estudio, la organización de los trabajos y aprender distintas técnicas de estudio para conseguir un mayor éxito al ancho de la carrera.
2. **Programa de Apoyo a la Integración del Alumnado con Necesidades Especiales (PIUNE)** para facilitar su vida académica y garantizar su derecho al estudio.
3. **Servicio de Información, Orientación y Promoción del Estudiante (S.I.O.P.E.):** El objetivos de este servicio son:
  - Informar y orientar a los futuros alumnos universitarios sobre:
    - El acceso a la universidad, notas de corte, vinculaciones de los estudios medios con los universitarios, pasarelas, etc.
    - La oferta educativa de la Universidad de Vigo y otras universidades del Estado.
  - Informar tanto a los actuales alumnos universitarios, como a los que ya finalizaron su carrera sobre:
    - Todo lo que la Universidad de Vigo ofrece durante su permanencia en la misma.
    - Las posibilidades de formación una vez rematada la carrera (másters y cursos de especialización, otros cursos, Jornadas, Premios, Congresos, etc...) y también becas o ayudas convocadas por instituciones externas a la Universidad de Vigo.

La información se encuentra disponible en: <http://www.uvigo.es/servicios/siope/index.gl.htm>.

4. **Oficina de Orientación al Empleo (OFOE):** Se encuentra dotada de personal técnico que trabaja para:
  - Proporcionar un servicio integral de información, asesoramiento y formación en el ámbito de la orientación profesional para el empleo.
  - Fomentar las oportunidades de acercamiento a la práctica y el ejercicio profesional de los/las universitarios/as.

Las principales áreas de actuación son:

- Gestión de prácticas en empresas e instituciones públicas y personales.
- Gestión de ofertas de empleo.
- Orientación y asesoramiento individualizado en la busca de empleo.
- Formación para el empleo.

La información se encuentra disponible en: <http://www.fundacionuvigo.es/>

Otras líneas de acción que apoyan a los estudiantes matriculados son:

- **Protocolo de acogida de los nuevos alumnos desarrollado en el Centro:** en la primera jornada lectiva se desarrolla en el salón de acto de la Escuela el protocolo de acogida de los nuevos alumnos a cargo del director del Centro y de los restantes miembros del equipo directivo y al que asisten también los profesores. A lo largo del acto se les informa de la trayectoria del centro desde su creación en 1920, de las características de la titulación, los programas de intercambios nacionales e internacionales, las prácticas en empresa y las salidas profesionales. Además se presentan los servicios que el Centro les ofrece biblioteca o reprografía entre otros y toda aquella información que se considera relevante como

sus cauces de participación en la política universitaria a través de la Delegación de Alumnos. Finalizado el acto continúa la jornada de acogida con el traslado de los alumnos a sus respectivas aulas para la presentación de las asignaturas a cargo de los profesores responsables.

- **Plan de Acción Tutorial (P.A.T):** [http://vicntc.uvigo.es/images/Documentos/Protocolo\\_PATvers\\_galego.docel](http://vicntc.uvigo.es/images/Documentos/Protocolo_PATvers_galego.docel) Centro tiene establecido un sistema Acción Tutorial dando respuesta a las exigencias impuestas por el EEES y constituyendo una evidencia dentro del Sistema de Garantía de Calidad del Centro. A tal fin al inicio del curso se nombran profesores tutores para cada grupo de estudiantes. Con ello se pretende que la relación de los miembros que conforman la Escuela sea más fluida en aspectos de orientación, resolución de problemas y cualquier tema relacionado con la actividad académica.
- **Personal de administración,** que proporcionan información a los estudiantes en sus consultas en la Secretaría. También el personal de Conserjería proporcionan una información básica sobre aspectos generales. Desde la Biblioteca se hace una labor semejante enfocada a los aspectos generales y aquellos que son específicos de este servicio.
- Tanto en conserjería como en las aulas, los alumnos tienen a su disposición folletos informativos con los horarios de clases, los profesores encargados de las distintas asignaturas y los programas de las mismas. Además existe un panel electrónico que proporciona información actualizada.

#### 4.4. Transferencia y reconocimiento de créditos: sistema propuesto por la Universidad

El Consejo de Gobierno de la Universidad de Vigo en su reunión del 23 de julio de 2008 aprobó la “Normativa de transferencia y reconocimiento de créditos para titulaciones adaptadas al EEES”, que se encuentra disponible en el siguiente enlace:

[http://webs.uvigo.es/sxeralweb/images/normativa/ordenacion\\_academica/normativa\\_transferencia.pdf](http://webs.uvigo.es/sxeralweb/images/normativa/ordenacion_academica/normativa_transferencia.pdf)

En la normativa se establecen las siguientes reglas básicas:

1. Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.
2. Serán objeto también de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas otras materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento del título al que se pretende acceder.
3. El resto de los créditos podrán ser reconocidos por la universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante y las previstas en el plan de estudios, o bien que tengan carácter transversal.

Este documento recoge también que los/as estudiantes podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación hasta un máximo de 6 créditos del total de plan de estudios cursados. Estos créditos se detraerán del cómputo de créditos optativos a cursar por el alumno. La normativa al respecto, aprobada en el Consejo de Gobierno del 10 de abril de 2009, se encuentra disponible en el siguiente enlace:

[http://webs.uvigo.es/sxeralweb/images/normativa/ordenacion\\_academica/normativa\\_reco%F1ecemento\\_creditos\\_por\\_actividades\\_en\\_titulacions\\_oficiais\\_de\\_grao.pdf](http://webs.uvigo.es/sxeralweb/images/normativa/ordenacion_academica/normativa_reco%F1ecemento_creditos_por_actividades_en_titulacions_oficiais_de_grao.pdf)

El reconocimiento de dichos créditos se realizará de acuerdo con el procedimiento que establezca el Vicerrectorado de Titulaciones y Convergencia Europea de la Universidad de Vigo. Así, para el curso 2008/09, este Vicerrectorado dictó el procedimiento de transferencia y reconocimiento de créditos para las titulaciones de grado y master oficial con fecha 15 de septiembre de 2008. Se encuentra disponible en el siguiente enlace:

[http://webs.uvigo.es/sxeralweb/images/normativa/ordenacion\\_academica/desarrollo\\_normativa\\_transferencia\\_creditos.pdf](http://webs.uvigo.es/sxeralweb/images/normativa/ordenacion_academica/desarrollo_normativa_transferencia_creditos.pdf)

La formación básica del Grado en Comercio queda recogida en el siguiente cuadro:

RAMA DE CONOCIMIENTO	MATERIA	ASIGNATURA	ECTS
Ciencias	Matemáticas	Matemáticas	6
Ciencias Sociales y Jurídicas	Estadística	Estadística	6
	Sociología	Sociología: Sociología del Consumo	6
	Economía	Economía: Economía Española y Mundial	6
		Economía. Microeconomía	6
		Economía: Macroeconomía	6
	Empresa	Empresa: Fundamentos de Marketing	6
		Empresa: Principios de Gestión Responsable	6
		Empresa: Matemáticas Comerciales	6
Empresa: Fundamentos de Contabilidad		6	
		TOTAL	60

De acuerdo con el artículo 46.i de la Ley Orgánica de Universidades y el artículo 12.8 del Real Decreto 1393/2007, el alumno podrá obtener el reconocimiento de un máximo de 6 ECTS por su participación en actividades universitarias, deportivas, de representación estudiantil, solidarias o de cooperación. Estos créditos minorarán los de materias optativas.

El reconocimiento de créditos no especificados en esta memoria, es competencia de la Comisión Permanente delegada de la Junta de Escuela. Previo informe no vinculante de los profesores responsables de la materia o del área para el que se solicita el reconocimiento, la Comisión tomará una decisión al respecto.

La normativa aplicable, así como el procedimiento a seguir se recoge en los siguientes enlaces:

[http://webs.uvigo.es/victce/images/documentos/normativas/normativa\\_transferencia.pdf](http://webs.uvigo.es/victce/images/documentos/normativas/normativa_transferencia.pdf)

[http://webs.uvigo.es/victce/images/documentos/EEES/legislacion/tranf\\_reconec\\_credt.pdf](http://webs.uvigo.es/victce/images/documentos/EEES/legislacion/tranf_reconec_credt.pdf)

## 5. PLANIFICACIÓN DE LA ENSEÑANZA

### 5.1. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia.

#### Esquema general del plan de estudios:

El plan de estudios del Grado en Comercio se ha elaborado de acuerdo a lo establecido en el R.D. 1393/2007 de 29 de octubre, en las “Líneas generales para la implantación de los estudios de Grado y Postgrado en el Sistema Universitario de Galicia”, en el Documento del Consello Galego de Universidades aprobado el 5 de noviembre de 2007; y en las “Directrices Propias de la Universidad de Vigo sobre la Estructura y Organización Académica de los Planes de Estudio de Grado”, aprobadas por el Consello de Gobierno de la Universidad de Vigo el 5 de marzo de 2008, [http://webs.uvigo.es/vicctce/images/documentos/normativas/punto\\_4\\_cg\\_11\\_06\\_08](http://webs.uvigo.es/vicctce/images/documentos/normativas/punto_4_cg_11_06_08).

El plan tiene un total de 240 créditos distribuidos en cuatro cursos de 60 créditos, divididos, a su vez, en dos semestres de 30 créditos cada uno, que incluyen toda la formación teórica y práctica que el estudiante debe adquirir, de acuerdo con la distribución y contenidos que figuran en esta memoria en cuanto a los aspectos básicos de cada módulo, materia y asignatura.

La distribución general del plan de estudios por tipo de asignatura es la que se presenta en la siguiente tabla:

Tipo de materia/asignatura	Créditos a cursar	Créditos ofertados
Formación básica	60	60
Obligatorias	132	132
Optativas	36	72
Prácticas externas	6	6
Trabajo fin de Grado	6	6
<b>Total</b>	<b>240</b>	<b>276 (máximo)</b>

Las asignaturas de **formación básica** se encuentran concentradas en el primer curso y se refieren a materias básicas de dos ramas incluidas en el Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre

Así, la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas cuenta con tres materias: Empresa, Economía y Estadística a las que corresponden nueve asignaturas de seis créditos cada una, lo que suma 54 créditos. La superación holgada del mínimo de 36 créditos de materias básicas pertenecientes a la rama del título, establecido en el R.D. 1393/2007, y la asignación total de las materias básicas al primer curso, facilitan la movilidad de estudiantes dentro de la rama jurídico-social.

La rama de Ciencias cuenta entre las básicas con una materia (Matemáticas) de seis créditos.

El plan cuenta con 22 **asignaturas obligatorias** de 6 créditos cada una, distribuidas entre el segundo curso y el primer cuatrimestre del cuarto.

Las **asignaturas optativas** se concentran en el cuarto curso del Grado. La oferta total asciende a doce asignaturas de 6 créditos cada una (72 créditos), de las que el alumno podrá elegir 6 asignaturas que totalizan 36 créditos.

El **Trabajo de Fin de Grado**, de 6 créditos tiene carácter obligatorio y se realiza en el último cuatrimestre del 4º curso.

Asimismo, las **Prácticas Externas** tienen carácter obligatorio y se realizan en el último cuatrimestre del 4º curso. La justificación se argumenta posteriormente en este mismo epígrafe y en el punto 7 de esta memoria.

#### Justificación de la planificación de las enseñanzas

Siguiendo las recomendaciones de la ANECA, el plan de estudios se ha estructurado en asignaturas, materias y módulos, siendo la materia una unidad académica que puede concebirse de manera integrada. El criterio de agrupación, tanto de asignaturas en materias como de materias en módulos, ha sido la coherencia disciplinar de

acuerdo a los contenidos, competencias y objetivos formativos que persigue el título, de forma que las distintas materias y módulos desempeñen una función diferenciada, coherente e interrelacionada.

Esta estructura tiene ventajas con respecto a una organización de asignaturas siguiendo el criterio de temporalidad –lo que podría transmitir una visión atomizada del plan de estudios-, al incorporar una perspectiva de sistema y orientar con mayor nitidez los objetivos del título y la forma en que se pretenden alcanzar.

Es evidente que esta organización plantea también algún inconveniente. Fundamentalmente, los propios del debate disciplinar acerca de la ubicación de las diferentes asignaturas en materias y éstos, a su vez, en módulos. Especialmente a medida que las asignaturas juegan un papel más transversal en la titulación.

Más adelante se sintetizan los objetivos, contenidos y competencias de cada módulo mediante la correspondiente ficha.

Tal como ya indicamos, las **materias básicas** se sitúan en su totalidad en el primer curso. Además de facilitar la movilidad de los estudiantes desde un momento temprano de sus estudios, se trata de materias básicas que aportan los conocimientos esenciales necesarios para la formación inicial del estudiante. Requisito básico para lograr la evolución incremental del conocimiento en un alumno que, normalmente, procede del nivel previo del sistema educativo y que, por tanto, requiere una adaptación gradual.

Por tanto se ha cuidado especialmente que, a medida que el alumno avanza a lo largo del plan de estudios, no arrastre carencias formativas causadas por el desconocimiento de contenidos de base.

Por esta razón, y también por el interés de la comisión redactora por mejorar la movilidad dentro de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas, 54 de los 60 créditos básicos pertenecen a dicha rama.

Con esta filosofía se elabora el segundo curso del Grado, de forma que en dicho curso se siguen situando asignaturas de tipo preliminar para algunas disciplinas (Informática Aplicada a la Gestión Comercial, Régimen Fiscal, Derecho Mercantil, etc.) y, también otras que requieren de los fundamentos aportados en primer curso (Contabilidad Financiera, Marketing Estratégico, etc.). Destacaremos también la presencia del primer nivel del Idioma Comercial, lo que se explica por la conveniencia de evitar la pérdida del nivel adquirido en la enseñanza media. La progresión de esta disciplina a lo largo del plan de estudios se inicia en segundo curso y continúa ininterrumpidamente hasta la finalización del plan.

Tercer curso y el primer cuatrimestre de cuarto se nutren de asignaturas que implican un nivel disciplinar avanzado, y que por tanto exigen un conocimiento de base riguroso. En muchos casos requieren también de una capacidad de enfoque multidisciplinar por parte de los alumnos. Nos estamos refiriendo a asignaturas como: Promoción Económica, Gestión del Comercio Exterior, Sistemas Integrados de Planificación y Gestión Comercial o Creación de Empresas Comerciales, entre otras.

En cumplimiento de la normativa autonómica y de la Universidad de Vigo, el plan de estudios del Grado en Comercio oferta un total de 72 **créditos optativos** (12 asignaturas), de los que el alumno deberá elegir 36 (6 asignaturas). De acuerdo con la citada normativa, esta optatividad no da lugar a la concreción de itinerarios. En su mayoría ayudan al alumno a profundizar en las competencias y conocimientos adquiridos en las asignaturas básicas y obligatorias ya cursadas.

Tanto el Trabajo de Fin de Grado como las Prácticas Externas se programan en el segundo semestre del último curso del Grado en Comercio. Esta asignación se justifica por la necesidad de que el alumno tenga los conocimientos y competencias necesarios para cursar asignaturas que precisan niveles avanzados y multidisciplinarios.

Por su carácter integrador, el **Trabajo de Fin de Grado** exige para su realización haber cursado 180 créditos, incluida la totalidad de créditos de formación básica.

Tal como se viene haciendo en la actual Diplomatura, en este Grado que resulta de su transformación se fomentará que tanto para la realización de trabajos como para su defensa se emplee alguna de las lenguas extranjeras ofertadas en el plan de estudios. Lo expuesto se extiende no sólo al Trabajo de Fin de Grado sino también a actividades formativas similares desarrolladas de forma voluntaria en otras asignaturas sin que ello suponga la exigencia de un nivel previo de conocimientos de esas lenguas. Para ello se darán pasos, en la concreción normativa y en los planos formativo, organizativo y presupuestario, para garantizar la oferta, la capacidad de seguimiento y la existencia de instrumentos de apoyo.

Por las mismas razones que el Trabajo Fin de Grado, **las Prácticas Externas** se insertan en el segundo cuatrimestre del último curso. Igualmente, se exige haber cursado 180 créditos, incluida la totalidad de créditos de formación básica.

La Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo tiene una larga tradición de prácticas en empresas e instituciones de ámbito local y autonómico, ya obligatorias en el Plan de Estudios actual. El número de convenios suscritos -más de 500- permite asegurar que todos los alumnos cuenten con unas prácticas externas adecuadas al perfil de la titulación.

Actualmente son más de cien los alumnos que cada año realizan las prácticas. Por tanto, en este momento, la diferencia entre convenios suscritos y alumnos disponibles permite afinar especialmente los criterios de asignación. Desde luego se valora fundamentalmente la idoneidad de la práctica, pero la situación expuesta permite también cuidar aspectos tales como la proximidad, la preferencia de los alumnos, la atención a necesidades especiales, etc.

Previsiblemente esta situación continúe tras la implantación del Grado. Las relaciones con las empresas que acogen alumnos son estables y el Centro recurre a muchas de ellas periódicamente. Por otro lado, las estrechas relaciones con los colegios profesionales y con la Asociación de Diplomados en Empresariales aseguran el mantenimiento de un vínculo mutuamente beneficioso.

Pero la decisión de incluir las Prácticas Externas con carácter obligatorio se justifica no sólo por la posibilidad de garantizar una práctica adecuada a todos los alumnos, sino que también obedece a criterios sociales y académicos:

- La amplia aceptación que esta actividad formativa tiene entre los alumnos, al encararse como un bautismo profesional, lo que contribuye a madurar la trayectoria profesional futura, superar inseguridades técnicas y actitudinales y afrontar la transición al mercado de trabajo contando con el bagaje de cierta experiencia profesional. La práctica representa la profesionalización de los estudios realizados.
- La relevante proporción de alumnos que permanecen en la empresa tras la finalización de las prácticas. Los últimos estudios realizados por el Centro muestran que entre el 20% y el 25% de los alumnos continúan en la empresa tras la finalización de la práctica, bien sea con una beca o a través de un contrato laboral. Dicho de otro modo: muchas empresas emplean las prácticas como periodo de prueba y socialización y, en todo caso, los empleadores valoran positivamente su realización por parte de los candidatos.
- La recomendación que la práctica totalidad de estudios realizados hacen de esta actividad formativa, tanto los que se dirigen a egresados como a empleadores.
- La utilidad que esta actividad tiene para la adquisición de conocimientos y competencias profesionales, de acuerdo con el nuevo modelo de enseñanza-aprendizaje.
- La información de retorno que proporcionan a los docentes las tareas que los alumnos desarrollan, las demandas de competencias que formulan las empresas, etc. En este sentido, las prácticas contribuyen a mejorar la relación entre la Universidad y la empresa.

Los alumnos podrán solicitar la realización de sus prácticas en tres convocatorias anuales (octubre, febrero y junio) en la que se recoge la oferta de plazas disponibles.

El centro realiza la asignación de alumnos a empresas de acuerdo a criterios como: la nota media del expediente, número de créditos superados, distancia del área de residencia a la empresa, etc.

Con carácter extraordinario y a lo largo del curso se podrá ir cubriendo la demanda sobrevenida de empresas y la de aquellos alumnos que van alcanzando el número mínimo de créditos exigidos.

De acuerdo con la normativa general de la Universidad de Vigo y específica del propio centro, los alumnos dispondrán de un tutor en la empresa y en el Centro, planificando y supervisando ambas las actividades del estudiante.

Además, y debido a la importancia que el centro atribuye a esta actividad, la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales cuenta con una Subdirección de Relaciones Empresariales, encargada de la gestión de convenios, gestión de las prácticas, (ofertas de las empresas y de las solicitudes de los alumnos y asignación a las empresas de acuerdo a los criterios establecidos), asignación de tutores académicos, organización de pruebas de evaluación, así como mediación ante cualquier conflicto o desajuste que pudiera surgir.

### **Normas de permanencia y recomendaciones para cursar el plan de estudios:**

El plan de estudios está diseñado para ser cursado por cursos consecutivos y para que el tiempo de finalización de los estudios coincida con los cuatro cursos académicos en que ha sido programado.

Salvo el Trabajo de Fin de Grado y las Prácticas Externas, que se programan para el tramo final del grado, se recomienda cursar en paralelo los cuatro módulos restantes en que se estructura el plan de estudios. Esto se justifica desde el punto de vista académico por la conveniencia de que el alumno avance progresivamente a lo

largo de todos y cada uno de los módulos, entendidos como conjuntos coherentes de contenidos.

Por tanto, la programación académica plasmada en el plan de estudios en ocho semestres, mediante una distribución racional y equilibrada de las asignaturas que integran cada materia y módulo es, a juicio de esta comisión, la más adecuada para alcanzar los objetivos de la titulación.

Esta recomendación no obliga al alumno a seguir cualquier otra orientación, salvo lo que las normas de permanencia de la Universidad de Vigo establezcan y la necesidad de haber superado un número mínimo de créditos para cursar el Trabajo de Fin de Grado y las Prácticas Externas, que determina esta memoria.

Estas normas de permanencia establecen ([http://webs.uvigo.es/sxeralweb/images/normativa/ordenacionacademica/normativa de permanencia na universidade de vigo.pdf](http://webs.uvigo.es/sxeralweb/images/normativa/ordenacionacademica/normativa_de_permanencia_na_universidade_de_vigo.pdf)), entre otros aspectos, el rendimiento académico mínimo y los requisitos de matriculación en primer curso por primera vez, de forma que el acceso por primera vez al primer curso del grado debe hacerse por curso completo.

Por otro lado, el R.D. 1393/2007 de 29 de octubre establece que las universidades facilitarán la dedicación a tiempo parcial a los estudios. Por tanto, en la medida en que la Universidad de Vigo modifique su normativa de organización académica y de permanencia, el Centro la contemplará y divulgará para que sea conocida por el alumnado.

### **Reconocimiento de créditos por otras actividades**

De acuerdo con lo contemplado en la normativa estatal, autonómica o de la propia Universidad de Vigo, un alumno podrá obtener reconocimiento de hasta 6 créditos ECTS por su participación en actividades culturales, universitarias, deportivas, de representación estudiantil, solidarias o de cooperación, que serán sustraídos del total de créditos optativos a cursar.

Los mecanismos de reconocimiento de dichos créditos, así como los criterios de valoración y los procedimientos serán establecidos por la Universidad de Vigo y contarán con el informe del órgano competente de la Escuela de Empresariales.

### **Procedimientos de coordinación docente**

El primer ámbito de coordinación corresponde a la comisión delegada de elaboración de grado. Esta comisión ha elaborado los objetivos y competencias generales, específicas y transversales de la titulación y los ha asociado con un conjunto de asignaturas. Lo que significa vincular los objetivos y competencias de la titulación con los contenidos, competencias y contenidos de todas y cada una de las asignaturas.

Tal como se ha comentado, la comisión ha secuenciado las asignaturas a lo largo de los ocho semestres atendiendo a criterios de racionalidad. La comisión ha atendido y consensuado las apreciaciones de todos los departamentos con docencia en el plan de estudios, lo que representa un primer paso, pero crucial, para asegurar la coordinación intra e interdepartamental.

Cada una de estas asignaturas dispondrá de un coordinador que elaborará la guía docente y extenderá los criterios que sirvan de base para la coordinación entre los profesores con carga docente en la asignatura.

El plan de calidad docente de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo, ya aprobado y en proceso de implantación actualmente, recomienda el establecimiento de mecanismos de enlace o coordinación a nivel horizontal –para cada curso- y vertical –a lo largo de los diferentes cursos-.

De acuerdo con ello, se propone la creación de la figura de coordinador de curso, cuyas funciones básicas consistirán en detectar y corregir los solapamientos y lagunas, promover y organizar actividades conjuntas entre diferentes asignaturas y equilibrar la carga de trabajo de los estudiantes a lo largo del curso académico.

Para la coordinación vertical se apunta la solución de constituir un comité formado por los cuatro coordinadores de curso apoyados por el subdirector de organización académica.

## **5.2. Planificación de la gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida**

Considerando que el comercio es cada vez más global, la estancia de los estudiantes en otras universidades les permitirá conocer, estudiar y analizar in situ otros mercados y entornos, aspectos fundamentales en una titulación de grado de Comercio.

Además, la estructura del plan de estudios en el que las materias optativas se encuentran en cuarto curso, cuando

los estudiantes tienen ya una formación amplia, hace aconsejable su estancia en otras universidades por un período semestral o anual.

### 5.2.1. Intercambios internacionales

La movilidad y los intercambios internacionales se gestionan a través de la Oficina de Relaciones Internacionales (ORI) de la Universidad de Vigo. La planificación responde a dos ámbitos de actuación: movilidad entrante y saliente cara a Europa (Erasmus principalmente), y movilidad entrante y saliente hacia el resto de países (ISEP, estudiantes de convenio, programa de bolsas propias).

#### MOVILIDAD EUROPEA:

En relación a la movilidad de estudiantes con Europa se potencia la participación y la obtención de becas a través de los programas y acciones promovidas por la Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva de Educación, Audiovisual y Cultura, especialmente el programa Erasmus (dentro del Programa de Aprendizaje y Formación Permanente: Lifelong Learning Programme), para lo cual se firman acuerdos bilaterales Sócrates-Erasmus plurianuales.

La Escuela Universitaria de Estudios Empresariales planifica y gestiona la movilidad internacional de estudiantes en el marco del actual programa Sócrates-Erasmus desde el curso 1989-90, cuando se recibió el primer estudiante de intercambio. Hasta el curso 1993-94 se firmaron convenios con 3 Programas Interuniversitarios de Cooperación que aunaban 16 instituciones de Educación Superior de Francia, Reino Unido, Alemania, Grecia, Finlandia, Irlanda, Portugal, Países Bajos y España en el ámbito de los estudios empresariales. Durante los primeros años de existencia de la Universidad de Vigo, este centro gestionaba la movilidad de todos los estudiantes propios del campus de Vigo en el ámbito empresarial y económico, al ser el primer centro con estos estudios en incorporarse al programa Erasmus. En el año 1995 se crea una Subdirección de Relaciones Internacionales responsable de los convenios y la relación con los centros asociados, la información y selección de los estudiantes salientes, así como de los aspectos académicos de los intercambios tanto para los estudiantes propios como los ajenos. En el curso 1999-00, se aprueba en Junta de Centro el reconocimiento integral de los estudios realizados por los alumnos propios en el marco de Erasmus a través de la valoración de créditos ECTS y la firma de los contratos académicos (*Learning Agreement*).

Presentamos a continuación una tabla con el número de alumnos propios que han realizado intercambios Erasmus:

MOVILIDAD ESTUDIANTES ERASMUS PROPIOS																			
CURSO	91-92	92-93	93-94	94-95	95-96	96-97	97-98	98-99	99-00	00-01	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	TOTAL
Estudiantes	2	3	5	12	17	19	19	8	9	6	9	9	18	7	11	14	11	22	201

Los datos disponibles correspondientes a estudiantes entrantes son los siguientes:

MOVILIDAD ESTUDIANTES ERASMUS EXTRANJEROS												
CURSO	98-99	99-00	00-01	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	TOTAL
Estu dantes	8	11	12	18	21	15	25	9	10	4	11	144

En este cuadro enumeramos los destinos y plazas disponibles en la actualidad:

PAÍS	CENTRO	PLAZAS
Alemania	Fachhochschule Aachen <a href="http://www.fh-aachen.de/">http://www.fh-aachen.de/</a>	2

	Fachhochschule Stralsund <a href="http://www.fh-stralsund.de/">http://www.fh-stralsund.de/</a>	1
Bélgica	Hogeschool Antwerpen <a href="http://www.ha.be/">http://www.ha.be/</a>	2
	Hogeschool Gent <a href="http://www.hogent.be/">http://www.hogent.be/</a>	1
Francia	Université Catholique de l'Ouest. <a href="http://www.uco.fr/">http://www.uco.fr/</a>	1
	Université de Pau et des Pays de l'Adour <a href="http://ri.univ-pau.fr/">http://ri.univ-pau.fr/</a>	1
	Université du Littoral Cote d'Opale <a href="http://www.univ-littoral.fr/">http://www.univ-littoral.fr/</a>	1
	Université du Maine <a href="http://www.univ-lemans.fr/">http://www.univ-lemans.fr/</a>	1
Irlanda	Galway-Mayo Institute of Technology <a href="http://www.gmit.ie/">http://www.gmit.ie/</a>	5
Portugal	Instituto Politécnico de Setúbal <a href="http://www.ips.pt/">http://www.ips.pt/</a>	2
	Universidade do Minho <a href="http://www.uminho.pt/">http://www.uminho.pt/</a>	2
Reino Unido	The University of Bolton <a href="http://www.bolton.ac.uk/">http://www.bolton.ac.uk/</a>	2

Para la movilidad de profesores con Europa (tanto para los profesores de la Universidad de Vigo, como para los visitantes de universidades extranjeras) se prevén diversas actuaciones en el marco del programa Erasmus para el que se dispondrá de financiación: visitas OM (Organización de la movilidad) y PV a universidades asociadas para preparar la movilidad de estudiantes y promover la firma de los acuerdos de cooperación y movilidad TS (Personal docente) para impartir docencia. Esta movilidad TS es esencial para desarrollar la dimensión europea dentro de la propia universidad y entre las universidades europeas. El periodo para impartir docencia en el extranjero le permite a los docentes conocer otros sistemas universitarios diferentes y otro idioma, aportando una perspectiva europea a los cursos que siguen los estudiantes de la universidad anfitriona y de la universidad de origen, abriendo además nuevas posibilidades de cooperación y de realización de proyectos conjuntos entre instituciones de varios países. Desde la Subdirección de Relaciones Internacionales de la Escuela se participa anualmente en visitas OM a centros asociados para promover los intercambios y tutelar a los estudiantes propios, además de asistir a otros centros para establecer futuros intercambios. Asimismo, son habituales los desplazamientos TS de profesorado del centro y la recepción de profesores de centros asociados en el marco del mismo programa de movilidad docente.

El centro también ha sido pionero en la universidad española con la firma en el año 2000 de un Convenio de Colaboración con Fachhochschule Bochum que permite la obtención de los títulos oficiales de la escuela asociada.

### MOVILIDAD CON PAÍSES NO EUROPEOS:

Para la movilidad con otros países no europeos, a través de la ORI, se promueve y tramita la firma de convenios marco y específico con universidades de otros países, como instrumento para facilitar la movilidad tanto de estudiantes como de docentes. En el caso de Estados Unidos, la ORI participa activamente en el programa ISEP de intercambio de estudiantes. Si nos referimos a las relaciones y movilidad con Iberoamérica, Marruecos, Túnez, etc. se fomenta la participación en las convocatorias anuales del Ministerio de Asuntos Exteriores y en concreto las acciones: Programa de Cooperación Interuniversitaria y becas MAEC-AECI. El centro ha participado en intercambios con centros de Brasil, México y Cuba, tanto de estudiantes y profesores propios como extranjeros. Los estudiantes podrán beneficiarse dentro de este tipo de movilidad con países no europeos del programa de becas de intercambio propias de la Universidad de Vigo (excepto los estudiantes ISEP), así como de la convocatoria de ayudas complementarias de la Xunta de Galicia para estudiantes que participan en movilidad no europea y en la convocatoria anual de becas internacionales de la Universidad de Vigo y Bancaja. Por su parte, los estudiantes extranjeros podrán participar, entre otros, en los siguientes programas: programa de becas destinados a gallegos/as de origen gallego y a sus descendientes para la realización de estudios universitarios de la Consejería de Educación y Ordenación Universitaria de la Xunta de Galicia; becas MAEC-AECI que constituyen la oferta de formación a nivel postgrado del Ministerio de Asuntos Exteriores para estudiantes extranjeros y becas Alban de la Unión Europea y América-Latina para la formación especializada superior para profesionales y futuros cuadros directivos latinoamericanos en centros de la Unión Europea.

## **UNIDADES DE APOYO Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA ENVÍO Y ACOGIDA DE ESTUDIANTES Y PROFESORES DE INTERCAMBIO:**

La Universidad de Vigo, a través de la Oficina de Relaciones Internacionales presta apoyo tanto a estudiantes, como a docentes propios y extranjeros, antes de su llegada y durante la estancia. Con respecto a los estudiantes extranjeros, gestiona la aceptación de estos estudiantes, les remite las cartas de aceptación para que, si procede, puedan tramitar sus visados, elabora anualmente una Guía del estudiante extranjero trilingüe (enlace) y envía al domicilio de los interesados paquetes informativos sobre la Universidad de Vigo, con información sobre los diferentes campus y ciudades, recepción, visados, viaje, búsqueda de alojamiento, matrícula y posibilidades de estudios, etc.

La ORI es el punto de referencia de llegada de los estudiantes extranjeros de intercambio a la Universidad de Vigo. Este servicio se ocupa de asesorarlos y proporcionarles alojamiento y de organizar actividades y visitas culturales específicas para ellos. Con respecto a los docentes extranjeros, la ORI les facilita igualmente información sobre la Universidad de Vigo, realiza las reservas de alojamiento en hoteles o residencias concertadas y presta su apoyo en todas aquellas cuestiones que el docente necesite en colaboración con los responsables de relaciones internacionales en cada centro. Cuenta además con un programa propio de voluntariado y acogida de estudiantes de intercambio coordinado por la ORI y formado por aquellos estudiantes de la Universidad de Vigo que se ofrecen como voluntarios para ayudar a los estudiantes extranjeros que llegan por primera vez a la Universidad de Vigo. Para fomentar la integración de los estudiantes extranjeros de intercambio y que puedan mejorar su conocimiento del idioma, la ORI ha puesto en marcha una acción denominada “tándem de conversa” (más información en <http://www.uvigo.es/ori> dentro de información para estudiantes extranjeros).

En resumen, la Oficina de Relaciones internacionales (ORI) centraliza, coordina y gestiona las actividades de cooperación internacional en el seno de la Universidad de Vigo; informa y asesora a la comunidad universitaria sobre los diferentes programas internacionales en el ámbito de la educación superior; fomenta y gestiona la movilidad internacional de estudiantes y profesores; elabora y negocia acuerdos de cooperación internacional con otras instituciones de educación superior; propicia la movilización de la comunidad académica para su participación en la cooperación internacional; asegura la presencia de la Universidad de Vigo en foros y encuentros de educación internacionales y participa activamente en las principales redes internacionales de universidades como el Grupo Compostela de Universidades, donde coordina el programa Stella de intercambio del personal de administración y servicios, o la EAIE (European Association for International Education).

Para finalizar, comentar que en la página <http://www.uvigo.es/relaciones/index.gl.htm> se encuentra información disponible sobre todas las iniciativas y tareas descritas.

### **INTERCAMBIOS NACIONALES:**

La movilidad de estudiantes en el ámbito nacional se lleva a cabo mediante la negociación y firma de convenios de colaboración directa con otras universidades, realizando las gestiones a través del Vicerrectorado correspondiente y fomentando la cooperación con aquellos centros vinculados a la formación. En el caso de la Escuela de Empresariales, tenemos convenios de cooperación con la Universidad de León y la Universidad Complutense de Madrid para la realización de intercambio de estudiantes en el marco del programa S.I.C.U.E., que garantiza el reconocimiento académico de los créditos cursados por los estudiantes.

## **5.3. Descripción detallada de los módulos, materias y asignaturas de que consta el plan de estudios**

### **5.3.1 Esquema general del plan de estudios**

A continuación se incluye una primera aproximación del plan de estudios. La estructura adoptada – módulos, materias y asignaturas- sigue las recomendaciones de la ANECA con el fin de perfilar unidades académicas coherentes.

Esta estructura se empleará también para la relación de las fichas de módulos, materias y asignaturas que se incluye en esta memoria, y en la que se detallarán las competencias, contenidos, objetivos y sistema de evaluación hasta el nivel de asignatura.

### **5.3.2. Distribución de módulos, materias y asignaturas**

A continuación se describen en detalle todos los módulos, materias y asignaturas del plan de estudios del Grado en Comercio. Este detalle incluye una descripción de las competencias, contenidos, metodología docente y

evaluación.

Módulo	Cred	Materia	Créd.	Asignatura	Tipo/Rama	Créd.	Curso	Semtr.
CONTEXTO EMPRESARIAL	48	ENTORNO ECONÓMICO	18	Economía: Economía Española y Mundial	FB	6	1º	2º
				Régimen Fiscal de la Empresa	OB	6	2º	2º
				Economía Internacional	OP	6	4º	2º
		MARCO JURÍDICO	30	Derecho Mercantil	OB	6	2º	1º
				Derecho del Trabajo	OB	6	3º	2º
				Tributación de las Operaciones Comerciales	OB	6	3º	2º
Instituciones de la Seguridad Social	OP			6	4º	1º		
		Contratación Mercantil	OP	6	4º	2º		
ANÁLISIS Y FORMALIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL	36	ANÁLISIS ECONÓMICO	18	Economía: Microeconomía	FB	6	1º	1º
				Economía: Macroeconomía	FB	6	1º	2º
				Historia Económica y del Comercio	OP	6	4º	2º
		MÉTODOS CUANTITATIVOS	18	Matemáticas	FB	6	1º	1º
				Estadística	FB	6	1º	2º
		Investigación Operativa en la empresa	OP	6	4º	1º		
GESTIÓN DEL COMERCIO	144	FUNDAMENTOS DE GESTIÓN	42	Empresa: Principios de Gestión Responsable	FB	6	1º	1º
				Empresa: Matemáticas comerciales	FB	6	1º	1º
				Decisiones de Inversión en el Comercio	OB	6	2º	2º
				Decisiones de Financiación en el Comercio	OB	6	3º	1º
				Estrategia Empresarial y Gestión de Ayudas	OB	6	3º	2º
				Gestión de Riesgos Financieros y Comerciales	OP	6	4º	1º
				Sistemas de Información Integrados para la Gestión	OB	6	4º	1º
		MARKETING Y COMUNICACIÓN	102	Sociología: Sociología del Consumo	FB	6	1º	1º
				Empresa: Fundamentos del Marketing	FB	6	1º	2º
				Informática Aplicada a la Gestión Comercial	OB	6	2º	1º
				Idioma Comercial	OB	6	2º	1º
				Muestro aplicado a la investigación de mercados	OB	6	2º	1º
				Marketing Estratégico	OB	6	2º	2º
				Gestión de aprovisionamientos y distribución comercial	OB	6	2º	2º
				Gestión del comercio exterior	OB	6	3º	1º
				Planificación de recursos de información integrados	OB	6	3º	1º
				Idioma para la negociación intercultural	OB	6	3º	1º
				Marketing Internacional	OB	6	3º	2º
				Creación de Empresas Comerciales	OB	6	4º	1º
				Habilidades personales, directivas y comerciales	OP	6	4º	1º
				Técnicas de investigación Social	OP	6	4º	1º
				Comercio Electronico: Elementos informaticos	OP	6	4º	2º
				Idioma para la Comunicación internacional	OP	6	4º	2º
Investigación de Mercados	OP	6	4º	2º				
GESTION DE LA INFORMACION ECONOMICO-FINANCIERA	36	GESTION DE INFORMACION ECONOMICO-FINANCIERA	36	Empresa: Fundamentos de Contabilidad	OB	6	2º	2º
				Contabilidad Financiera	OB	6	2º	1º
				Contabilidad de Costes	OB	6	3º	2º
				Contabilidad de Gestion	OB	6	3º	1º
				Presentacion e Interpretacion de la Informacion Financiera	OB	6	4º	2º
				Combinaciones de Negocios	OP	6	4º	1º
FORMACIÓN INTEGRADORA	12	FORMACIÓN INTEGRADORA	12	Prácticas Externas	OB	6	4º	2º
				Trabajo Fin de Grado	OB	6	4º	2º

<b>5.3.3. Distribución temporal de asignaturas</b>					
<b>Curso 1º</b>					
<b>Asignatura 1<sup>er</sup> semestre</b>	<b>Carácter/Rama</b>	<b>ECTS</b>	<b>Asignatura 2º semestre</b>	<b>Carácter/Rama</b>	<b>ECTS</b>
Matemáticas	(FB – Ciencias)	6	Economía: Economía Española y Mundial	(FB – Ciencias Sociales y Jurídicas)	6
Economía: Microeconomía	(FB – Ciencias Sociales y Jurídicas)	6	Economía: Macroeconomía	(FB – Ciencias Sociales y Jurídicas)	6
Sociología: Sociología Económica y del Consumo	(FB – Ciencias Sociales y Jurídicas)	6	Estadística	(FB – Ciencias Sociales y Jurídicas)	6
Empresa: Principios de Gestión Responsable	(FB – Ciencias Sociales y Jurídicas)	6	Empresa: Fundamentos de Marketing	(FB – Ciencias Sociales y Jurídicas)	6
Empresa: Matemáticas Comerciales	(FB – Ciencias Sociales y Jurídicas)	6	Empresa: Fundamentos de Contabilidad	(FB – Ciencias Sociales y Jurídicas)	6
<b>Total</b>		<b>30</b>	<b>Total</b>		<b>30</b>
<b>Curso 2º</b>					
<b>Asignatura 1<sup>er</sup> semestre</b>	<b>Carácter/Rama</b>	<b>ECTS</b>	<b>Asignatura 2º semestre</b>	<b>Carácter/Rama</b>	<b>ECTS</b>
Contabilidad Financiera		6	Contabilidad de Costes		6
Derecho Mercantil		6	Decisiones de inversión del comercio		6
Muestreo aplicado a la investigación de mercado		6	Marketing Estratégico		6
Idioma Comercial		6	Gestión de Aprovisionamientos y Distribución Comercial		6
Informática Aplicada a la Gestión Comercial		6	Régimen Fiscal de la Empresa		6
<b>Total</b>		<b>30</b>	<b>Total</b>		<b>30</b>
<b>Curso 3º</b>					
<b>Asignatura 1<sup>er</sup> semestre</b>	<b>Carácter/Rama</b>	<b>ECTS</b>	<b>Asignatura 2º semestre</b>	<b>Carácter/Rama</b>	<b>ECTS</b>
Contabilidad de Gestión		6	Presentación e Interpretación de la Información Financiera		6

Decisiones de Financiación del Comercio		6	Estrategia empresarial y gestión de ayudas		6
Planificación de Recursos de Información Integrados		6	Marketing Internacional		6
Gestión del Comercio Exterior		6	Derecho del Trabajo		6
Idioma para la Negociación Intercultural		6	Tributación de las Operaciones Comerciales		6
<b>Total</b>		<b>30</b>	<b>Total</b>		<b>30</b>
<b>Curso 4º</b>					
<b>Asignatura 1<sup>er</sup> semestre</b>	<b>Carácter/Rama</b>	<b>ECTS</b>	<b>Asignatura 2º semestre</b>	<b>Carácter/Rama</b>	<b>ECTS</b>
Sistemas de Información Integrados para la Gestión		6	Trabajo Fin de Grado		6
Creación de Empresas Comerciales		6	Prácticas Externas		6
Combinaciones de Negocios	Optativa	6	Investigación de Mercados	Optativa	6
Gestión de Riesgos Financieros y Comerciales	Optativa	6	Economía Internacional	Optativa	6
Habilidades personales, directivas y comerciales	Optativa	6	Idioma para la Comunicación Internacional	Optativa	6
Instituciones de la Seguridad Social	Optativa	6	Historia Económica y del Comercio	Optativa	6
Investigación Operativa en la empresa comercial	Optativa	6	Comercio Electrónico : Elementos Informáticos	Optativa	6
Técnicas de Investigación Social	Optativa	6	Contratación Mercantil	Optativa	6
<b>Total</b>			<b>Total</b>		

## 5.3.4. Tabla de correlación entre los módulos y adquisición de las competencias

MÓDULO	MODULO 1 CONTEXTO	MODULO 2 ANÁLISIS Y	MODULO 3 GESTIÓN DEL	MODULO 4 GESTIÓN DE LA	MODULO 5 FORMACIÓN
CG1					
CG2					
CG3					
CG4					
CG5					
CG6					
CT1					
CT2					
CT3					
CT4					
CT5					
CT6					
CT7					
CT8					
CT9					
CT10					
CT11					
CT12					
CT13					
CT14					
CT15					
CT16					
CT17					
CT18					
CE1					
CE2					
CE3					
CE4					
CE5					
CE6					
CE7					
CE8					
CE9					
CE10					
CE11					
CE12					
CE13					
CE14					
CE15					
CE16					
CE17					
CE18					
CE19					
CE20					
CE21					
CE22					
CE23					
CE24					
CE25					
CE26					

### 5.3.5. Fichas de módulos y asignaturas

#### Módulo 1: CONTEXTO EMPRESARIAL.

Para contextualizar el entorno de la empresa, se toman como referencia dos amplios campos cuyo tratamiento resulta ineludible: el entorno económico y el marco jurídico en los que aquella desarrolla sus actividades y que dan pie a las dos materias en que se organiza el módulo, condicionantes ambos en última instancia de la organización y actividad empresarial.

En el aspecto económico, se contempla el conocimiento del contexto económico nacional e internacional en el que se desarrolla la actividad económica, se incide en la complejidad de las relaciones comerciales y en la internacionalización de los mercados.

La delimitación del marco jurídico se hace en función del doble criterio que sirve para contemplar dos aspectos del concepto “empresa”: a) interno, en el que se contemplan fundamentalmente las instituciones jurídico-mercantiles atinentes al empresario –su estatuto y protección por el ordenamiento- organización jurídica y crisis, así como la regulación de las relaciones del empresario con los trabajadores, consecuencia de la actividad de organización de aquél en dicho ámbito interno y de la necesidad de conocer al respecto las distintas políticas socio-laborales; b) externo, en el que se delimita un doble nivel: la actuación del empresario en el mercado a través de la utilización de las figuras contractuales, así como las relaciones del mismo con la Administración Tributaria y la Seguridad Social.

Este módulo disciplinar se organiza, en consecuencia, en dos materias que ofrecen dos perspectivas y metodologías diferentes:

1. **Entorno Económico**, materia desarrollada a lo largo de todos los cursos de la titulación, destinada a ir suministrando los conocimientos necesarios para la delimitación del correspondiente contorno contextualizador de la empresa y que se esglosa en las siguientes asignaturas:
  - “Economía: Economía Española y Mundial” (1º curso)
  - “Régimen Fiscal de la Empresa” (2º curso)
  - “Promoción Económica” (3º curso)
  - “Economía Internacional” (4º curso)
2. **Marco Jurídico**, que suministra los conocimiento e instrumentos que en este campo deben poseer los graduados en Comercio, a través de las siguientes asignaturas:
  - “Derecho Mercantil” (curso 2º)
  - “Derecho del Trabajo” (curso 3º)
  - “Tributación de las operaciones comerciales (curso 3º)
  - “Instituciones de la Seguridad Social” (curso 4º)
  - “Contratación Mercantil” (curso 4º)

<b>MODULO 1: CONTEXTO EMPRESARIAL</b>
48 CRÉDITOS ECTS
Cursos 1º a 4º
<b>Competencias y resultados del aprendizaje</b>
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.
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.
CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.
CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.

CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.

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.

CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.

CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.

CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.

CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.

CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.

CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.

CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.

CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.

CT15. Compromiso ético en el trabajo.

CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

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.

CE9. Conocer las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil, adquiriendo capacidad para entender e informar sobre los principales aspectos jurídico-empresariales.

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.

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.

CE17. Ser capaz de identificar y operar con los sujetos colectivos en el campo de las relaciones laborales, así como con sus instituciones básicas: libertad sindical, negociación colectiva y derecho de huelga.

<b>MATERIAS</b>	
<b>ENTORNO ECONÓMICO</b> 18 ECTS	<b>MARCO JURÍDICO</b> 30 ECTS
ASIGNATURAS	ASIGNATURAS

Economía: Economía Española y Mundial	Régimen Fiscal de la Empresa	Economía Internacional	Derecho Mercantil	Derecho del Trabajo	Tributación de las Operaciones Comerciales	Instituciones de la Seguridad Social	Contratación Mercantil
---------------------------------------	------------------------------	------------------------	-------------------	---------------------	--	--------------------------------------	------------------------

<b>ASIGNATURA: ECONOMIA ESPAÑOLA Y MUNDIAL</b>				
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 1º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: FB</b>	
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	Evolución de la economía española en el contexto europeo y mundial; Factores de crecimiento económico; Mercado de trabajo; Sector público y distribución de la renta; Comercio exterior e internacionalización; Globalización económica.			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases centradas en contenidos teóricos.	Lección magistral.	CE 1, CE 3.	1,2
	Prácticas de pizarra y ordenador.	Prácticas en grupos y tuteladas.	CG 3; CE 1, CE 3.	0,3
	Seminarios / trabajos.	Presentación individual o en grupo de trabajos.	CG 3, CG 4.	0,3
	Preparación de trabajos y resolución de problemas.	Actividad autónoma del alumno.	CG 3, CG 4; CE 1, CE 3.	1,6
	Tutorías personalizadas.	Orientar y resolver dudas.	CG 3, CG 4; CE 1, CE 3.	0,2

	Estudio, asimilación y preparación de evaluaciones.	Actividad autónoma del alumno.	CG 3, CG 4; CE 1, CE 3.	2,4
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Evaluación continua a través del seguimiento del trabajo en el aula.</p> <p>Evaluación continua a través de la exposición de ejercicios / trabajos.</p> <p>Evaluación global del proceso de aprendizaje.</p> <p>Calificación final numérica de 0 a 10 según la legislación vigente.</p>			

<b>ASIGNATURA: RÉGIMEN FISCAL DE LA EMPRESA</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 2º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: Obligatoria</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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).</p> <p>CT2. Habilidades de comunicación a través de Internet y manejo de las herramientas multimedia.</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT 8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.</p> <p>CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.</p> <p>CT16. Iniciativa.</p> <p>CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo</p> <p>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, y 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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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</p>		

	consecuencias de su utilización. 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.			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	La fiscalidad de las actividades económicas. Gestión y liquidación de impuestos sobre la renta de empresas y empresarios: Impuesto sobre Sociedades e Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. Decisiones fiscales de la empresa y planificación fiscal.			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases teóricas	Lección magistral e estudios de casos	CT3, CT4, CT6, CT17, CE2, CE3, CE4, CE6, CE16, CE19,	1,0
	Clases prácticas	Resolución de ejercicios y problemas. ABP, estudio de casos. Trabajo en grupo.	CT1, CT2, CT3, CT6, CT8, CT10, CT11, CT16, CT17, CT18, CE2, CE3, CE4, CE6, CE16, CE19	1,0
	Tutorías	Tutorías de grupo para seguimiento de ejercicios y trabajos	CT2, CT5, CT6, CT18, CE2, CE3, CE4, CE6, CE16, CE19	0,12
	Aprendizaje/actividad autónoma dirigida (individual)	Resolución de ejercicios y problemas, ABP y estudio de casos para la preparación de pruebas evaluables	CT3, CT5, CT6, CT17, CE3, CE4, CE6, CE16, CE19,	2,8
	Aprendizaje/actividad autónoma dirigida (en grupo)	Resolución de ejercicios y problemas, ABP y estudio de casos en grupo	CT1, CT2, CT3, CT5, CT6, CT8, CT10, CT11, CT16, CT18, CE2, CE3, CE4, CE6, CE16, CE19,	1,0
	Realización de pruebas de evaluación	realización de pruebas evaluables	CT1, CT2, CT3, CT5, CT6, CT8, CT10, CT11, CT16, CT18, CE2, CE3, CE4,CE6, CE16, CE19,	0,08
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	La evaluación se efectuará en función de: Pruebas realizadas individualmente dónde se evaluará la adquisición de conocimientos teóricos y prácticos. Elaboración y presentación de ejercicios realizados individualmente o en grupo, dónde se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis y las habilidades de expresión y comunicación de conocimientos. Calificación final numérica de 0 a 10.			

<b>ASIGNATURA: ECONOMÍA INTERNACIONAL</b>				
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: Optativa</b>	
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	El proceso de mundialización económica y la globalización de las relaciones económicas internacionales. Estudio de los organismos internacionales de Cooperación Económica. De las teorías del comercio internacional a la localización de la actividad económica. Los procesos de integración económica. La armonización fiscal internacional.			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases centradas en contenidos teóricos.	Lección magistral	CE1, CE3.	1,2
	Prácticas de pizarra y ordenador	Prácticas en grupos y tuteladas	CG3 CE1, CE3	0,3
	Seminarios /trabajos	Presentación individual o en grupo de trabajos.	CG3, CG4.	0,3
	Preparación de trabajos y resolución de problemas	Actividad autónoma del alumno	CG 3, CG 4; CE 1, CE 3.	1,6
	Tutorías personalizadas	Orientar y resolver dudas	CG 3, CG 4; CE 1, CE 3.	0,2
	Estudio, asimilación y preparación de evaluaciones.	Actividad autónoma del alumno	CG 3, CG 4; CE 1, CE 3.	2,4
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Evaluación continua a través del seguimiento del trabajo en el aula</p> <p>Evaluación continua a través de la exposición de ejercicios/trabajos.</p> <p>Evaluación global del proceso de aprendizaje</p> <p>Calificación final numérica de 0 a 10 según la legislación vigente.</p>			

<b>ASIGNATURA: DERECHO MERCANTIL</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 2º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Obligatorio</b>

<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>CE9. Conocer las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil, adquiriendo capacidad para entender e informar sobre los principales aspectos jurídico-empresariales.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Los temas a tratar serán: Introducción al derecho de la empresa mercantil. Estatuto jurídico del empresario. Derecho de la propiedad industrial y de la competencia. Las sociedades mercantiles. Derecho concursal.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que</b>	<b>Actividad formativa</b>  Clase de presentación de los contenidos teóricos de los distintos bloques temáticos	<b>Metodología</b>  Lección magistral de contenido teórico. Examen individual sobre el contenido teórico	<b>Competencias relacionadas</b>  CG3, CG6 CT3, CT4, CT5, CT7, CT10, CT17, CT18 CE6, CE16	<b>ECTS</b>  1,2

<b>debe adquirir el estudiante</b>	Resolución de problemas de índole práctica	Trabajo guiado en grupos prácticos. Clases prácticas y control sobre conocimientos adquiridos	CG3, CG4, CG5 CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT17, CT18 CE 6, CE9, CE16,	0,6
	Exposiciones orales	Seminarios, presentación de trabajos, bajo la supervisión del profesor	CG3, CG4, CG5, CG6 CT3, CT4, CT5, CT6, CT8, CT9, CT13, CT15, CT17, CT18 CE6, CE9, CE16	0,1
	Resolución de dudas, tutorías en grupos reducidos.	Planteamiento de dudas y resolución de las mismas, bajo la supervisión del profesor	CG3, CG4, CG5 CT3, CT4, CT5, CT7, CT8, CT9, CT11, CT13, CT15, CT17, CT18 CE6, CE9, CE16	0,1
	Estudio y preparación de contenidos teóricos, supuestos prácticos y trabajos. Preparación de evaluación	Actividad autónoma del alumno	CG3, CG5 CT3, CT4, CT5, CT6, CT13, CT15, CT17, CT18 CE6, CE9, CE16	4,0
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>La evaluación final será la resultante de dos componentes: uno de evaluación continua, a través de la asistencia y participación en las clases prácticas y la elaboración y presentación de los trabajos propuestos, así como la participación en los debates que se planteen; otro componente será la evaluación global por medio de un examen al final de cuatrimestre.</p> <p>La puntuación final será numérica, de 0 a 10, conforme a la vigente legislación.</p>			

<b>ASIGNATURA: DERECHO DEL TRABAJO</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 3º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: Obligatorio</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p>		

	<p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.</p> <p>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.</p> <p>CE17. Ser capaz de identificar y operar con los sujetos colectivos en el campo de las relaciones laborales, así como con sus instituciones básicas: libertad sindical, negociación colectiva y derecho de huelga.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	Concepto y fuentes. Aspectos colectivos: representación y participación en la empresa, negociación y convenios colectivos. La regulación de la relación individual de trabajo: delimitación del contrato de trabajo, modalidades contractuales, jornada, salario, vicisitudes de la relación de trabajo y extinción del contrato			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clase de presentación de los contenidos teóricos de los distintos bloques temáticos	Lección magistral de contenido teórico. Examen individual sobre el contenido teórico.	CG3, CG6 CT3, CT4, CT5, CT7, CT10, CT17 CE12, CE17	1,2
	Planteamiento, debate y resolución de supuestos prácticos	Trabajo guiado en grupos prácticos. Clases prácticas y control sobre conocimientos adquiridos.	CG3, CG4, CG5, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT17 CE12, CE17	0,6
	Exposiciones orales. Resolución de dudas; tutorías en grupos reducidos	Presentación de trabajos y planteamiento y resolución de dudas.	CG3, CG4, CG5, CG6, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT11, CT13, CT15, CT17 CE12, CE17	0,2
	Estudio y preparación de contenidos teóricos, supuestos prácticos y trabajos. Preparación de evaluación.	Actividad autónoma del alumno	CG3, CG5, CT3, CT4, CT5, CT6, CT13, CT15, CT17, CE12, CE17.	4,0
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la</b>	<p>La evaluación final será la resultante de dos componentes: uno de evaluación continua, a través de la asistencia y participación en las clases prácticas y la elaboración y presentación de los trabajos propuestos, así como la participación en los debates que se planteen; otro componente será la evaluación global por medio de un examen al final de cuatrimestre.</p> <p>La puntuación final será numérica, de 0 a 10, conforme a la vigente legislación.</p>			

legislación vigente	
---------------------	--

<b>ASIGNATURA: TRIBUTACIÓN DE LAS OPERACIONES COMERCIALES</b>				
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 3º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: Obligatoria</b>	
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>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.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>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.</p> <p>CE9. Conocer las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil, adquiriendo capacidad para entender e informar sobre los principales aspectos jurídico-empresariales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>El comerciante ante el sistema tributario. Obligaciones y categorías tributarias. Régimen tributario del comerciante individual. Régimen tributario del comerciante societario. Las empresas de reducida dimensión (PYMES). La tributación de las rentas internacionales del comerciante. La tributación de las operaciones comerciales. El comercio intracomunitario en el IVA. Régimen tributario del comercio exterior. Los Impuestos Especiales y el comercio. La tributación de la adquisición de empresas. Tributación autonómica del comerciante. Tributos locales aplicables al comerciante. Régimen jurídico de la obligación tributaria nacimiento, sujetos, elementos necesarios para su cuantificación y extinción, los procedimientos de aplicación de los tributos, en especial la liquidación, recaudación e inspección.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Exposición de contenidos teóricos	Clases teóricas	CG: 3 y 6; CE: 6, 9, 13, 23	0,6
	Resolución de ejercicios prácticos	Clases prácticas	CG: 2; CT: 5, 6 y 7; CE: 6, 9, 13, 23	1,3

	Estudio y preparación de casos	Trabajo autónomo del alumno	CG: 3 y 6; CT: 5, 6 y 7; CE: 6, 9, 13, 23	2
	Estudio y preparación de evaluaciones	Trabajo autónomo del alumno	CG: 3 y 6; CT: 5 y 6; CE: 6, 9, 13, 23	2
	Resolución de dudas	Tutoría	Todas	0,1
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Examen teórico y práctico.</p> <p>Evaluación continua tomando en consideración la asistencia y participación efectiva del alumno en las actividades de la asignatura.</p> <p>La calificación final global del alumno se obtendrá teniendo en cuenta la calificación del examen final y la resultante de la evaluación continua.</p>			

<b>ASIGNATURA: INSTITUCIONES DE LA SEGURIDAD SOCIAL</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Optativo</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua</p> <p>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</p>		

	<p>confección de nóminas, cotizaciones sociales y finiquitos.</p> <p>CE17. Ser capaz de identificar y operar con los sujetos colectivos en el campo de las relaciones laborales, así como con sus instituciones básicas: libertad sindical, negociación colectiva y derecho de huelga.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	El ordenamiento jurídico de la seguridad social. Sujetos protegidos, afiliación, altas y bajas. Cotizaciones sociales y recaudación. Acción protectora de la seguridad social			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clase de presentación de los contenidos teóricos de los distintos bloques temáticos	Lección magistral de contenido teórico. Examen individual sobre el contenido teórico.	CG3, CG6, CT3, CT4, CT5, CT7, CT10, CT17 CE12, CE17	1
	Planteamiento, debate y resolución de supuestos prácticos	Trabajo guiado en grupos prácticos. Clases prácticas y control sobre conocimientos adquiridos.	CG3, CG4, CG5 CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT17 CE12, CE17	1
	Exposiciones orales. Resolución de dudas; tutorías en grupos reducidos	Presentación de trabajos y planteamiento y resolución de dudas.	CG3, CG4, CG5, CG6 CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT11, CT13, CT15, CT17 CE12, CE17	0,1
	Estudio y preparación de contenidos teóricos, supuestos prácticos y trabajos. Preparación de evaluación.	Actividad autónoma del alumno	CG3, CG5 CT3, CT4, CT5, CT6, CT13, CT15, CT17 CE12, CE17	3,9
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>La evaluación final será la resultante de dos componentes: uno de evaluación continua, a través de la asistencia y participación en las clases prácticas y la elaboración y presentación de los trabajos propuestos, así como la participación en los debates que se planteen; otro componente será la evaluación global por medio de un examen al final de cuatrimestre.</p> <p>La puntuación final será numérica, de 0 a 10, conforme a la vigente legislación.</p>			

<b>ASIGNATURA: CONTRATACIÓN MERCANTIL</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: Optativa</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p>		

	<p>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.</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>CE9. Conocer las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil, adquiriendo capacidad para entender e informar sobre los principales aspectos jurídico-empresariales.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Régimen jurídico de los contratos mercantiles.</p> <p>Régimen jurídico de los títulos valores.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clase de presentación de los contenidos teóricos de los distintos bloques temáticos	Lección magistral de contenido teórico. Examen individual sobre el contenido teórico	CG3, CG6 CT3, CT4, CT5, CT17, CT18 CE9, CE16	1
	Resolución de problemas de índole práctica	Trabajo guiado en grupos prácticos. Clases prácticas y control sobre conocimientos adquiridos.	CG3, CG4, CG5 CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT17, CT18 CE9, CE16	0,8
	Exposición de trabajos,	Presentación de dictámenes, trabajos e informes	CG3, CG4, CG5, CG6 CT3, CT4, CT5, CT6, CT8, CT13, CT15, CT17, CT18 CE6, CE9, CE16	0,1

	Resolución de dudas, tutorías en grupos reducidos.	Planteamiento de dudas y resolución de las mismas, bajo la supervisión del profesor	CG3, CG4, CG5 CT3, CT4, CT5, CT7, CT8, CT9, CT17, CT18 CE6, CE9, CE16	0,1
	Estudio y preparación de contenidos teóricos, supuestos prácticos y trabajos. Preparación de evaluación	Actividad autónoma del alumno.	CG3, CG5 CT3, CT4, CT5, CT6, CT13, CT15, CT17, CT18 CE6, CE9, CE16	4,0
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>La evaluación final será la resultante de dos componentes: uno de evaluación continua, a través de la asistencia y participación en las clases prácticas y la elaboración y presentación de los trabajos propuestos, así como la participación en los debates que se planteen; otro componente será la evaluación global por medio de un examen al final de cuatrimestre.</p> <p>La puntuación final será numérica, de 0 a 10, conforme a la vigente legislación.</p>			

**MODULO 2: ANÁLISIS Y FORMALIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL**

36 CRÉDITOS ECTS

Cursos 1º a 4º

**Competencias y resultados del aprendizaje**

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.

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.

CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.

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.

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.

CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).

CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.

CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.

CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.

CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.

CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.

CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.

CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones..

CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.

CT15. Compromiso ético en el trabajo.

CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

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.

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, y 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.

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.

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.

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.

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.

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.

MATERIAS					
ANÁLISIS ECONÓMICO			METODOS CUANTITATIVOS		
18ECTS			18 ETC		
ASIGNATURAS			ASIGNATURAS		
Economía: Microeconomía	Economía: Macroeconomía	Historia Económica y del Comercio	Matemáticas	Estadística	Investigación Operativa en la empresa comercial

ASIGNATURA: MICROECONOMÍA			
6 ECTS	Curso: 1º	Semestre: 1º	Carácter: Básica
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p>		

	<p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Principios básicos de economía. Oferta y demanda: cómo funcionan los mercados. La Elasticidad. Oferta y demanda: la eficiencia de los mercados. Fallos de mercado.</p> <p>Teoría de la empresa: Tecnología y Costes. La oferta de la empresa competitiva. Comportamiento de las empresas en mercados con competencia imperfecta.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Explicación de conceptos teóricos ilustrados con ejemplos y ejercicios prácticos	Lección magistral	CG1, CG2, CT4, CT5, CE21	1,2
	Resolución y de ejercicios prácticos en grupo	Clases prácticas	CG2, CG3, CT4, CT5, CT16, CE6, CE21	0,6
	Tutorías de grupo para el seguimiento de trabajos y/o ejercicios	Tutorías de grupo	CG1, CG2, CG5, CT1, CT4, CT5, CT6, CT13, CE6	0,2
	Estudio y seguimiento de las clases teóricas y prácticas	Trabajo autónomo del alumno	CG3, CT1, CT3, CT4, CT5, CE21	2,5
	Preparación y realización de pruebas de evaluación	Trabajo autónomo del alumno	CG3, CT1, CT3, CT4, CT5, CT13, CE21	1,5
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>La evaluación se efectuará en función de:</p> <p>Pruebas evaluables escritas realizadas individualmente, donde se valorará la adquisición de conocimientos teóricos y prácticos.</p> <p>Elaboración y presentación de ejercicios y trabajos realizados individualmente o en grupo, donde se valorará tanto la adquisición de conocimientos teórico-prácticos como la capacidad de síntesis, expresión y comunicación de conocimientos</p>			

<b>ASIGNATURA: MACROECONOMÍA</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 1º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: Básica</b>

<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Variables claves de la macroeconomía: producto interior bruto, índice de precios al consumo y tasa de paro. Análisis de la economía del largo plazo y teorías básicas del crecimiento económico. Dinámica del mercado de trabajo. El dinero y el nivel de precios. Las fluctuaciones económicas a corto plazo.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	<p>Explicación de conceptos teóricos ilustrados con ejemplos y ejercicios prácticos</p>	<p>Lección magistral</p>	<p>CG1, CG2, CT4, CT5, CE1, CE21</p>	<p>1.2</p>
	<p>Resolución y de ejercicios prácticos en grupo</p>	<p>Clases prácticas</p>	<p>CG2, CG3, CT4, CT5, CE6, CE21</p>	<p>0.6</p>
	<p>Tutorías de grupo para el seguimiento de trabajos y/o ejercicios</p>	<p>Tutorías de grupo</p>	<p>CG1, CG2, CG5, CT1, CT4, CT5, CT6, CT13, CE6</p>	<p>0.2</p>

	Estudio y seguimiento de las clases teóricas y prácticas	Trabajo autónomo del alumno	CG3, CT1, CT3, CT4, CT6, CE1	2,5
	Preparación y realización de pruebas de evaluación	Trabajo autónomo del alumno	CG3, CT1, CT3, CT4, CT5, CT13, CE1, CE21.	1,5
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>La evaluación se efectuará en función de:</p> <p>Pruebas evaluables escritas realizadas individualmente, donde se valorará la adquisición de conocimientos teóricos y prácticos.</p> <p>Elaboración y presentación de ejercicios y trabajos realizados individualmente o en grupo, donde se valorará tanto la adquisición de conocimientos teórico-prácticos como la capacidad de síntesis, expresión y comunicación de conocimientos.</p>			

<b>ASIGNATURA: HISTORIA ECONÓMICA Y DEL COMERCIO</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: Optativa</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.</p> <p>CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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, y 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.</p> <p>CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de</p>		

	<p>las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Tiene por objeto: a), estudiar el nacimiento del empresario como agente económico y de las organizaciones empresariales, a partir de la figura del comerciante y del comercio de larga distancia en los siglos XII-XV; b), explicar su evolución histórica y su adaptación a contextos cambiantes, a través de respuestas en la gerencia, la organización y las estrategias empresariales en el ámbito de la producción y la distribución, desde la época preindustrial hasta la "tercera revolución industrial" a finales del siglo XX.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Exposición de los contenidos de cada tema del programa.	Lección magistral.	CG1, CG6, CG6, CT5, CT 10, CE1, CE2, CE3	1,2
	Sesiones en grupos reducidos sobre temas o partes seleccionados del programa en las que el estudiante tendrá que realizar una serie de lecturas previas para realizar intervenciones, redacciones, debates, resolver cuestiones y realizar ejercicios.	Trabajo tutorizado en el aula.	CG2, CG3, CG5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT7, CT12, CT18, CE1, CE2, CE3, CE6	0,6
	Tutorías con el tutor académico	Tutoría personalizada	Todas	0,2
	Investigación bibliográfica y de fuentes auxiliares. Lectura y estudio. Redacción de trabajos teóricos y resolución de ejercicios.	Actividad autónoma del alumno.	CG2, CG3, CG5, CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT12, CT17, CT18 CE1, CE2, CE3, CE6,	3,5
	Preparación de las exposiciones, debates y de actividades de evaluación.	Preparación individual o en grupo de exposiciones debates y exámenes.	Todas	0,5
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>La evaluación tendrá en cuenta:</p> <p>Pruebas evaluables escritas realizadas individualmente, donde se valorará la adquisición de conocimientos.</p> <p>Elaboración y presentación de ejercicios y trabajos, de forma individual o en grupo, para valorar la adquisición de conocimientos teórico-prácticos y las capacidades de síntesis, expresión, transmisión didáctica y debate crítico sobre esos conocimientos. La evaluación, en este caso, es continua.</p> <p>Calificación numérica de 0 a 10, según la legislación vigente</p>			

<b>ASIGNATURA: MATEMATICAS</b>				
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 1º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Básica</b>	
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>CT 3 Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT 4 Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT 5 Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT 17 Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Matrices: cálculo matricial, sistemas de ecuaciones, diagonalización, formas cuadráticas.</p> <p>Funciones de una variable I: continuidad, derivadas, crecimiento.</p> <p>Funciones de una variable II: cálculo de primitivas, áreas.</p> <p>Funciones de varias variables I: derivadas parciales, diferenciabilidad, regla de la cadena, derivadas de orden superior, derivación implícita, convexidad.</p> <p>Funciones de varias variables II: optimización sin restricciones, optimización con restricciones de igualdad, condiciones necesarias y suficientes.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases teórico/prácticas	Lección magistral. Resolución de problemas	CE21, CT5,CT17	1,4
	Resolución de ejercicios bajo la dirección del profesor. Exámenes	Autoevaluación. Corrección de errores. Evaluación	CE21, CT5,CT17	0,6
	Trabajo de estudio	Actividad autónoma del alumno	CT3, CT4, CT5,CT17	4
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>La nota final del curso será la suma de la nota obtenida por el trabajo realizado durante el curso (evaluación continua) con una ponderación del 40% sobre el total, y de la nota obtenida en el examen final (60%).</p> <p>La puntuación correspondiente a la evaluación continua se obtiene por:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Asistencia a las clases y participación en las mismas.</li> <li>Pruebas cortas realizadas en las clases prácticas a lo largo del curso.</li> <li>Ejercicios propuestos previamente y realizados fuera de las horas de clase.</li> </ul> <p>El resultado de la evaluación se expresará dentro de una escala de 0 a 10</p>			

<b>ASIGNATURA: ESTADÍSTICA</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 1º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: Básica</b>
<b>Competencias que adquiere el</b>	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,		

<b>estudiante</b>	<p>con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	Estadística Descriptiva. Números Índices. Series temporales. Introducción al Cálculo de Probabilidades. Variables Aleatorias. Principales Distribuciones Discretas y Continuas. Inferencia Estadística. Manejo de programas estadísticos.			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Actividades expositivas de contenidos del programa.	Lección magistral.	CE6, CE21, CE24	1,2
	Aplicación de programas estadísticos adecuados para la resolución de los problemas.	Clases prácticas de pizarra y con ordenador	CE6, CE21, CE24	0,8
	Resolución de dudas, y seguimiento de trabajos.	Tutorías individuales o en grupo.	CE6, CE21, CE24	0,5
	Trabajo autónomo del alumno		CE6, CE21, CE24	3,5
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	Los alumnos deben superar un examen conceptual que asegure el conocimiento de los conceptos teóricos. Deben además realizar un trabajo práctico, individualmente o en grupo reducido, que demuestre su capacidad para utilizar correctamente las técnicas estadísticas utilizando los programas disponibles.			

<b>ASIGNATURA: INVESTIGACIÓN OPERATIVA EN LA EMPRESA COMERCIAL</b>				
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Optativa</b>	
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	Introducción a las técnicas de investigación operativa aplicables en el ámbito de la empresa comercial. Programación y optimización. Modelos de distribución y asignación. Modelos de planificación de actividades: teoría de grafos. Modelos de negociación: Teoría de juegos. Modelos de espera: teoría de colas. Otros modelos			
<b>Actividades formativas con su</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias</b>	<b>ECTS</b>

<b>contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>			<b>relacionadas</b>	
	Actividades expositivas del temario por el profesor.	Lección magistral.	CE15, CE21	1,2
	Resolución de problemas aplicados.	Clases prácticas	CE15, CE21	0,8
	Resolución de dudas, y seguimiento de trabajos.	Tutorías individuales o en grupo.	CE15, CE21	0,5
	Trabajo autónomo del alumno		CE15, CE21	3,5
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	Los alumnos deben superar un examen conceptual que asegure el conocimiento de los conceptos teóricos. Deben además superar un examen práctico que demuestre su capacidad para resolver problemas de investigación operativa.			

**MODULO 3: GESTIÓN DEL COMERCIO**

144 CRÉDITOS ECTS

Cursos 1º a 4º

El título de Grado en Comercio se caracteriza por el protagonismo de la actividad comercial y de los procesos operativos vinculados a ella. En este contexto, el módulo de Gestión Comercial constituye el pilar esencial de la formación ofertada por el título, ya que sus contenidos se centran en la dimensión operativa, comunicativa, informativa y de ejecución de estrategias vinculadas con la actividad comercial.

El módulo se ha estructurado en dos materias: fundamentos de gestión y marketing y comunicación.

El primero de ellos tiene un carácter instrumental y se orienta a formar al alumno en los conceptos fundamentales de la gestión empresarial desde una perspectiva ética y en los conceptos básicos de organización y dirección, además de abordar el soporte económico, financiero y de recursos de información presentes en toda actividad productiva.

En el segundo se profundiza en el ciclo de explotación que da como resultado la venta de bienes o prestación del servicio. Como rasgos diferenciales del módulo, y en respuesta a las exigencias de los nuevos entornos económicos, se incorporan asignaturas que desarrollan competencias de comercio exterior, junta a las necesarias habilidades para la comunicación en idiomas para los negocios internacionales, así como de nuevas tecnologías aplicadas al comercio. Todos ellos ámbitos de gran expansión. En conclusión, el Módulo de Gestión Comercial establece la base y la especificidad de este título frente a otras ofertas de formación universitaria.

**Competencias y resultados del aprendizaje**

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.

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.

CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.

CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.

CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.

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.

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).

CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.

CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.

CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.

CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.

CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.

CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.

CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.

CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.

CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.

CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.

CT12. Creatividad.

CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.

CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.

CT15. Compromiso ético en el trabajo.

CT16. Iniciativa.

CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

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.

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. En particular, saber vincular el objeto y condiciones de los programas públicos de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.

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.

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.

CE5. Comprender los objetivos, alcance y valor de la función de aprovisionamiento y distribución comercial, sus interrelaciones con el resto de subsistemas y su papel como intermediaria de la actividad comercial, con el fin de diseñar estrategias para la provisión y comercialización de bienes y servicios, tanto a través de establecimientos como mediante tecnologías de la información y comunicación.

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.

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.

CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, recuerdan, deciden, se comunican, gestionan sus emociones, necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el desempeño profesional y en el ámbito personal.

CE11. Comprender el concepto de calidad y sus implicaciones en el desarrollo de las distintas tareas y funciones y su influencia en la reputación comercial de la organización, así como saber evaluar e implantar sistemas de gestión y normas de calidad.

CE13. Conocer los reglamentos de los impuestos que integran el sistema impositivo español, 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.

CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber discriminar y utilizar la información relevante para la elaboración y defensa de un plan de negocio.

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.

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 la extensión de dichos documentos y comprensión sobre las consecuencias de su utilización.

CE18. Dominar, tanto a nivel oral como escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de

poder aplicarlo en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.

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.

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

CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.

CE22. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.

CE23. Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, así como elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago internacional, etc.

CE24. Dominar 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: tratamiento de pedidos, 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.

CE25. Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para elaborar e interpretar indicadores y analizar la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización.

CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos teóricos y prácticos 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.

MATERIAS																							
FUNDAMENTOS DE GESTIÓN 42 ECTS							MARKETING Y COMUNICACIÓN 102 ECTS																
ASIGNATURA							ASIGNATURA																
Empresa: Principios de Gestión Responsable.	Empresa: Matemáticas comerciales	Decisiones de inversión en el comercio	Decisiones de financiación en el comercio	Estrategia Empresarial y gestión de ayudas	Gestión de Riesgos financieros y comerciales	Sistemas de información Integrados para la Gestión	Sociología: sociología del consumo	Empresa: fundamentos del Marketing	informática Aplicada a la Gestión Comercial	Idioma Comercial	Muestreo aplicado a la investigación de mercados	Marketing Estratégico	Gestión de Aprovisionamientos y Distribución Comercial	Gestión del comercio exterior	Planificación de Recursos de Información Integrados	Idioma para la negociación intercultural	Marketing internacional	Creación de Empresas Comerciales	Habilidades personales, directivas y comerciales	Técnicas de investigación social	Comercio electrónico: Elementos Informáticos	Idioma para la comunicación internacional	Investigación de mercados

<b>ASIGNATURA: EMPRESA: PRINCIPIOS DE GESTIÓN RESPONSABLE</b>				
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso:1º</b>	<b>Semestre:1º</b>	<b>Carácter: Básica</b>	
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Introducción a la gestión de empresas: La empresa y el sistema económico: objetivos de la empresa y sus funciones en el sistema económico. El entorno de la empresa. El empresario: concepto y rasgos. La empresa como sistema: el enfoque de sistemas. Los subsistemas empresariales.</p> <p>Sostenibilidad: Marco legal y comportamiento responsable con respecto a: Clientes: investigación responsable, seguridad y garantía de calidad del producto, buenas prácticas comerciales, publicidad responsable, etc. Proveedores: criterios de compra responsable, buenas prácticas comerciales, apoyo y cooperación, etc. Recursos humanos: respeto a la normativa laboral en materia de condiciones de trabajo, seguridad y salud laboral, conciliación de la vida laboral y personal, formación, conflictos, clima laboral y reestructuración responsable. Entorno social y ambiental: prevención y corrección de impactos, transparencia informativa y acción social. Inversores: buen gobierno y transparencia de la información. Competencia: Marco normativo y principios de competencia leal.</p> <p>Gestión de la calidad: Concepto y sistemas de gestión de la calidad. Mediación, planificación, control y mejora de la calidad. Normas y modelos estandarizados de calidad. Mejora continua. Normalización, certificación y homologación.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases dedicadas a la exposición de conceptos o contenidos	Lección magistral	CG1, CG5,	1,5

<b>enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	teóricos		CT15, CE4, CE6, CE11, CE14	
	Resolución de problemas y casos	Trabajo guiado en grupo reducidos	CG1, CG2, CG5, CT15, CT18, CE4, CE6	0,4
	Tutorías personalizadas	Orientación individualizada al alumno	CG1, CG5, CE4, CE6	0,1
	Lecturas y preparación de trabajos	Trabajo autónomo y grupal del estudiante	CG1, CG2, CG5, CT15, CT18, CE4, CE6	1
	Estudio, búsqueda de información, consulta de bibliografía, preparación de la evaluación y su realización.	Trabajo autónomo del estudiante	CG1, CG2, CG5, CT1, CT15, CT18, CE4, CE6, CE11, CE14	3
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>El resultado del aprendizaje se evaluará a través de un examen final y mediante la realización de trabajos y casos.</p> <p>El profesor fijará en la guía docente el peso que otorgará a cada uno de estos elementos, así como los criterios de valoración de las pruebas: asimilación de contenidos, capacidad de aplicación a situaciones reales, capacidad de búsqueda, análisis crítica y síntesis de la información; capacidad de comunicación oral o escrita, etc.</p> <p>El resultado de la evaluación se expresará en una escala numérica de 0 a 10 según la legislación vigente.</p>			

<b>ASIGNATURA: EMPRESA: MATEMÁTICAS COMERCIALES</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 1º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Básica</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p>		

	<p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.</p> <p>CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.</p> <p>CT12. Creatividad.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT16. Iniciativa.</p> <p>CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>CE22. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.</p> <p>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</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	Fundamentos básicos para la valoración financiera. Modelos clásicos de valoración. Valoración de rentas financieras ciertas. Formación y amortización de capitales. Costes y rendimientos			
<b>Actividades formativas con su</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>

<b>contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	Clases centradas el desarrollo de aspectos teóricos.	Lección magistral	C. Generales: 1, 2, 3, 6. C. Específicas: 4, 6, 16, 19, 21, 22, 24 C. Transversales: 4, 6, 10, 11, 15, 17, 18.	1,4
	Clases prácticas	Desarrollo práctico guiado a través de de la resolución de ejercicios y problemas	C. Generales.: 1, 2, 3, 6. C. Específicas.: 6, 16, 19, 21, 22 C. Transversales: 4, 5, 6, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 18.	0,5
	Asistencia a seminarios y actividad autónoma	Desarrollo práctico autónomo e interactivo de prácticas propuestas	C. Generales: 1, 2, 3, 4, 6. C. Específicas: 4, 6, 16, 19, 21, 22, 24 C. Transversales: 3, 4, 5, 6, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18.	0,3
	Actividad autónoma y presentación individual o e grupo en seminarios	Elaboración y exposición pública de trabajos teórico-prácticos propuestos y aprendizaje colaborativa a través de temas de debate.	C. Generales: 1, 2, 3, 4, 5 ,6. C. Específicas: 16, 19, 21, 22, 24. C. Transversales: 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18	0,8
	Actividad autónoma individual	Trabajo de estudio individual y preparación de pruebas de evaluación teórico-prácticas	C. Generales: 1, 2, 3, 4, 6. C. Específicas:4,6, 16, 19, 21, 22, 24 C. Transversales: 3, 4, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18	2,8
	Asistencia a tutorías	Resolución de conflictos, problemas surgidos y aclaraciones de la materia	C. Generales: 1, 2, 4, 6. C. Específicas: 4, 6, 16, 19, 21,22 C. Transversales: 1, 3, 4, 6, 10, 11, 13, 14, 15, 17, 18	0,2

<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Para la evaluación de las competencias, destrezas y habilidades alcanzadas en la materia se tendrá en cuenta:</p> <p>La evaluación continua del alumno a través del seguimiento de su participación activa y reflexiva en el desarrollo de las actividades presenciales</p> <p>La evaluación continua del alumno a través de las evidencias aportadas documentalmente como consecuencia de las actividades exigidas en el curso, tanto de carácter presencial como no presencial.</p> <p>La evaluación continua de los conocimientos adquiridos a través de pruebas periódicas, bien mediante el empleo de técnicas expositivas de carácter oral y/o escritas teórico-prácticas.</p> <p>La calificación final de carácter numérico se realizará sobre una escala de 10.</p> <p>Para la valoración, se utilizarán los mecanismos probatorios que aporten las necesarias evidencias en este proceso de evaluación y que, además, irá acompañado de la oportuna taxonomía diseñada al efecto que permita un adecuado “feedback” en el proceso de enseñanza-aprendizaje.</p>
---	---

<b>ASIGNATURA: DECISIONES DE INVERSION EN EL COMERCIO</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 2º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: Obligatoria</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.</p>		

	<p>CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.</p> <p>CT12. Creatividad.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT16. Iniciativa.</p> <p>CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>CE22. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.</p> <p>CE24. Dominar 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: tratamiento de pedidos, 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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	Conceptos fundamentales. La toma de decisión en los procesos de inversión. Clasificación de las inversiones. Elementos y métodos para la valoración y selección de inversiones. El riesgo en las decisiones de inversión. La inversión en fijo y en circulante en el comercio. Planificación y programación de los procesos de inversión.			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases centradas el desarrollo de aspectos teóricos.	Lección magistral	C. Generales: 1, 2, 3, 6. C. Específicas: 4,6, 19, 20, 21, 22, 24 C. Transversales: 4, 6, 8, 9, 10, 11, 15, 17, 18.	1,4

estudiante	Clases prácticas	Desarrollo práctico guiado a través de de la resolución de ejercicios y problemas	C. Generales.: 1, 2, 3, 6. C. Específicas.: 6, 19, 20, 21, 22 C. Transversales: 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 18.	0,5
	Asistencia a seminarios y actividad autónoma	Desarrollo práctico autónomo e interactivo de prácticas propuestas	C. Generales: 1, 2, 3, 6. C. Específicas: 4, 6, 19, 20, 21, 22 , 24 C. Transversales: 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18.	0,3
	Actividad autónoma y presentación individual o e grupo en seminarios	Elaboración y exposición pública de trabajos teórico-prácticos propuestos y aprendizaje colaborativa a través de temas de debate.	C. Generales: 1, 2, 3, 4, 5 ,6. C. Específicas: 6, 19, 20, 21, 22, 24 C. Transversales: 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18	0,8
	Actividad autónoma individual	Trabajo de estudio individual y preparación de pruebas de evaluación teórico-prácticas	C. Generales: 1, 2, 3, 4 ,6. C. Específicas:4, 6, 19, 20, 21, 22, 24 C. Transversales: 3, 4, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18	2,8
	Asistencia a tutorías	Resolución de conflictos, problemas surgidos y aclaraciones de la materia	C. Generales: 1, 2, 6. C. Específicas: 4, 6, 19, 20, 21, 22, 24. C. Transversales: 1, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 17, 18	0,2
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Para la evaluación de las competencias, destrezas y habilidades alcanzadas en la materia se tendrá en cuenta:</p> <p>La evaluación continua del alumno a través del seguimiento de su participación activa y reflexiva en el desarrollo de las actividades presenciales.</p> <p>La evaluación continua del alumno a través de las evidencias aportadas documentalmente como consecuencia de las actividades exigidas en el curso, tanto de carácter presencial como no presencial.</p> <p>La evaluación continua de los conocimientos adquiridos a través de pruebas periódicas, bien mediante el empleo de técnicas expositivas de carácter oral y/o escritas teórico-prácticas.</p> <p>La calificación final de carácter numérico se realizará sobre una escala de 10.</p> <p>Para la valoración, se utilizarán los mecanismos probatorios que aporten las necesarias evidencias en este proceso de evaluación y que, además, irá acompañado de la oportuna taxonomía diseñada al efecto que permita un adecuado “feedback” en el proceso de enseñanza-aprendizaje</p>			

<b>ASIGNATURA: DECISIONES DE FINANCIACION EN EL COMERCIO</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 3º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Obligatoria</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.</p> <p>CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.</p> <p>CT12. Creatividad.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT16. Iniciativa.</p> <p>CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>		

	<p>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.</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>CE22. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.</p> <p>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</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>La estructura financiera de los agentes en el comercio. Financiación propia y ajena. Financiación e interrelación con la actividad en el comercio: del ciclo productivo y comercial, de la estructura. Análisis del entorno financiero doméstico e internacional: elementos, regulación y costes. Planificación financiera: planes, presupuestos, modelos e innovación</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases centradas el desarrollo de aspectos teóricos.	Lección magistral	C. Generales: 1, 2, 3, 6. C. Específicas: 4, 6, 19, 20, 21, 22, 24 C. Transversales: 4, 6, 8, 9, 10, 11, 15, 17, 18.	1,4
	Clases prácticas	Desarrollo práctico guiado a través de de la resolución de ejercicios y problemas	C. Generales.: 1, 2, 3, 6. C. Específicas.: 6, 19, 20, 21, 22 C. Transversales: 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 18.	0,5
	Asistencia a seminarios y actividad autónoma	Desarrollo práctico autónomo e interactivo de prácticas propuestas	C. Generales: 1, 2, 3, 6. C. Específicas: 4 6, 19, 20, 21, 22, 24 C. Transversales: 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18.	0,3

	Actividad autónoma y presentación individual o en grupo en seminarios	Elaboración y exposición pública de trabajos teórico-prácticos propuestos y aprendizaje colaborativa a través de temas de debate.	C. Generales: 1, 2, 3, 4, 5, 6. C. Específicas: 6, 19, 20, 21, 22, 24. C. Transversales: 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18	0,8
	Actividad autónoma individual	Trabajo de estudio individual y preparación de pruebas de evaluación teórico-prácticas	C. Generales: 1, 2, 3, 4, 6. C. Específicas: 4, 6, 19, 20, 21, 22, 24 C. Transversales: 3, 4, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18	2,8
	Asistencia a tutorías	Resolución de conflictos, problemas surgidos y aclaraciones de la materia	C. Generales: 1, 2, 6. C. Específicas: 4, 6, 27, 28, 29, 30, 32, 37. C. Transversales: 1, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 17, 18	0,2
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Para la evaluación de las competencias, destrezas y habilidades alcanzadas en la materia se tendrá en cuenta:</p> <p>La evaluación continua del alumno a través del seguimiento de su participación activa y reflexiva en el desarrollo de las actividades presenciales</p> <p>La evaluación continua del alumno a través de las evidencias aportadas documentalmente como consecuencia de las actividades exigidas en el curso, tanto de carácter presencial como no presencial.</p> <p>La evaluación continua de los conocimientos adquiridos a través de pruebas periódicas, bien mediante el empleo de técnicas expositivas de carácter oral y/o escritas teórico-prácticas.</p> <p>La calificación final de carácter numérico se realizará sobre una escala de 10.</p> <p>Para la valoración, se utilizarán los mecanismos probatorios que aporten las necesarias evidencias en este proceso de evaluación y que, además, irá acompañado de la oportuna taxonomía diseñada al efecto que permita un adecuado “feedback” en el proceso de enseñanza-aprendizaje</p>			

<b>ASIGNATURA: ESTRATEGIA EMPRESARIAL Y GESTIÓN DE AYUDAS</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 3º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: Obligatoria</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto</p>		

	<p>académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>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, y 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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Concepto de estrategia y tipología de estrategias empresariales: objeto, impulsores y frenos, diseño e implantación.</p> <p>Los programas públicos de promoción económica como vector de la política económica y como vínculo entre la estrategia empresarial y la política económica.</p> <p>Programas públicos de apoyo al crecimiento interno de la organización: ayudas a la internacionalización, a la inversión, al acceso a la financiación, etc.</p> <p>Programas públicos de apoyo al crecimiento externo de la empresa: ayudas a la cooperación empresarial, a la integración vertical y horizontal, etc.</p> <p>Programas públicos de apoyo a la innovación empresarial en productos, procesos o gestión: ayudas al diagnóstico e implantación de la estrategia, implantación de sistemas de gestión, diseño, marcas y comercialización; formación y sistemas de información, implantación de sistemas de calidad y de gestión medioambiental, etc.</p> <p>Programas públicos de apoyo a estrategias enfocadas al análisis de la cadena de valor: ayudas a la reestructuración de empresas.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases dedicadas a la exposición de conceptos o contenidos teóricos	Lección magistral	CG1, CE2, CE4, CE23	1,2
	Seminarios de apoyo para la búsqueda de información, resolución de casos, simulación de preparación de solicitudes de ayuda, etc.	Seminarios de grupos reducidos	CG1, CG2, CT5, CE2, CE4, CE23	0,6
	Conferencias de responsables de institutos públicos de fomento, agencias de desarrollo, etc.	Conferencias	CG1, CE2	0,1
	Tutorías personalizadas	Orientación individualizada al alumno	CG1, CE2, CE4	0,1
	Estudio, preparación de la evaluación y su realización.	Trabajo autónomo del estudiante	CG1, CG2, CT5, CE2, CE4, CE23	4

<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>El resultado del aprendizaje se evaluará a través de un examen final y mediante la realización de trabajos y casos.</p> <p>El profesor fijará en la guía docente el peso que otorgará a cada uno de estos elementos, así como los criterios de valoración de las pruebas: asimilación de contenidos, capacidad de aplicación a situaciones reales, capacidad de búsqueda de información, etc.</p> <p>El resultado de la evaluación se expresará en una escala numérica de 0 a 10 según la legislación vigente.</p>
---	---

<b>ASIGNATURA: GESTIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS Y COMERCIALES</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Optativa</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.</p> <p>CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.</p> <p>CT12. Creatividad.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT16. Iniciativa.</p> <p>CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.</p>		

	<p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>CE22. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.</p> <p>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</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Introducción al riesgo. Los riesgos asociados a la actividad del comercio: riesgos comerciales, riesgos financieros. La transferencia de riesgos según su tipología: elementos, mecanismos y análisis. Análisis integral del riesgo y tomas de decisión.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases centradas el desarrollo de aspectos teóricos.	Lección magistral	C. Generales: 1, 2, 3, 6. C. Específicas:6, 16, 19, 21, 22, 24. C. Transversales: 4, 6, 8, 9, 10, 11, 15, 17, 18.	1,4
	Clases prácticas	Desarrollo práctico guiado a través de de la resolución de ejercicios y problemas	C. Generales.: 1, 2, 3, 6. C. Específicas.: 6, 16, 19, 21, 22. C. Transversales: 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 18.	0,5
	Asistencia a seminarios y actividad autónoma	Desarrollo práctico autónomo e interactivo de prácticas propuestas	C. Generales: 1, 2, 3, 6. C. Específicas:6, 16, 19, 21, 22, 24. C. Transversales: 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18.	0,3
	Actividad autónoma y presentación individual o e	Elaboración y exposición pública de	C. Generales: 1, 2, 3, 4, 5	0,8

	grupo en seminarios	trabajos teórico-prácticos propuestos y aprendizaje colaborativa a través de temas de debate.	,6. C. Específicas: 6, 19, 21, 22, 24. C. Transversales: 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18	
	Actividad autónoma individual	Trabajo de estudio individual y preparación de pruebas de evaluación teórico-prácticas	C. Generales: 1, 2, 3, 4, 6. C. Específicas: 6, 19, 21, 22, 24. C. Transversales: 3, 4, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18	2,8
	Asistencia a tutorías	Resolución de conflictos, problemas surgidos y aclaraciones de la materia	C. Generales: 1, 2, 6. C. Específicas: 6, 19, 21, 22, 24. C. Transversales: 1, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 17, 18	0,2
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Para la evaluación de las competencias, destrezas y habilidades alcanzadas en la materia se tendrá en cuenta:</p> <p>La evaluación continua del alumno a través del seguimiento de su participación activa y reflexiva en el desarrollo de las actividades presenciales</p> <p>La evaluación continua del alumno a través de las evidencias aportadas documentalmente como consecuencia de las actividades exigidas en el curso, tanto de carácter presencial como no presencial.</p> <p>La evaluación continua de los conocimientos adquiridos a través de pruebas periódicas, bien mediante el empleo de técnicas expositivas de carácter oral y/o escritas teórico-prácticas.</p> <p>La calificación final de carácter numérico se realizará sobre una escala de 10.</p> <p>Para la valoración, se utilizarán los mecanismos probatorios que aporten las necesarias evidencias en este proceso de evaluación y que, además, irá acompañado de la oportuna taxonomía diseñada al efecto que permita un adecuado “feedback” en el proceso de enseñanza-aprendizaje.</p>			

<b>ASIGNATURA: SISTEMAS DE INFORMACIÓN INTEGRADOS PARA LA GESTIÓN</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Obligatoria</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la</p>		

	<p>organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.</p> <p>CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.</p> <p>CT12. Creatividad.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT16. Iniciativa.</p> <p>CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el</p>
--	--

	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.			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Desde el punto de vista de la gestión empresarial el conocimiento del entorno, en un mundo cada vez más complejo y cambiante, origina una necesidad cada vez más acuciante de información para la toma de decisiones, tanto para abarcar nuevos mercados, como para proteger a la empresa de agentes externos que puedan vulnerar su estabilidad.</p> <p>El dominio de la información externa, no debe hacer olvidar el control de los flujos internos de información que la propia empresa genera derivado de su funcionamiento.</p> <p>Se estudiará la estructura de la información empresarial, tanto desde su diseño inicial como su análisis posterior y orientado tanto al control como al apoyo de decisiones empresariales.</p> <p>Dicho estudio se realiza a través del uso de las herramientas informáticas correspondientes, en particular aquellas denominadas <i>sistemas de información integrados para la gestión</i>, considerando como tales los que integran y automatizan la información de diversas áreas de los negocios.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza – aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas	ECTS
	Clases centradas el desarrollo de aspectos teóricos.	Lección magistral	C. Generales: 1, 2, 3, 5 ,6. C. Transversales: 4, 6, 8, 9, 10, 11, 15, 17, 18 C. Específicas:4, 6, 11, 19, 20	0,8
	Desarrollo práctico guiado a través de prácticas propuestas	Clases prácticas	C. Generales.: 1, 2, 3, 5 ,6. C. Transversales: 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 18. C. Específicas.:4, 6, 19, 24, 26.	1,5
	Desarrollo práctico autónomo e interactivo de prácticas propuestas y evaluación de las evidencias	Asistencia a seminarios y actividad autónoma	C. Generales: 1, 2, 3, 4, 5 ,6. C. Transversales: 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18. C. Específicas: 20, 24.	1,2
	Elaboración y exposición pública de trabajos teórico-prácticos propuestos y temas de debate. Actividades de evaluación de las evidencias	Actividad autónoma y presentación individual o e grupo en seminarios	C. Generales: 1, 2, 3, 4, 5 ,6. C. Transversales: 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18 C. Específicas:20, 26.	1,3
	Trabajo de estudio individual y preparación de pruebas de evaluación teórico-prácticas	Actividad autónoma	C. Generales: 1, 2, 3, 5 ,6. C. Transversales: 3, 4, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18 C. Específicas:4, 11, 19, 24.	1
	Resolución de conflictos y problemas técnicos y aclaraciones de la materia	Asistencia a tutorías	C. Generales: 1, 2, 4, 5 ,6. C. Específicas: 6, 20, 26. C. Transversales: 1, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 17, 18	0,2

<p><b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo con la legislación vigente</b></p>	<p>Para la evaluación de las competencias, destrezas y habilidades alcanzadas en la materia se tendrá en cuenta:</p> <p>La evaluación continua del alumno a través del seguimiento de su participación activa y reflexiva en el desarrollo de las actividades presenciales</p> <p>La evaluación continua del alumno a través de las evidencias aportadas documentalmente como consecuencia de las actividades exigidas en el curso, tanto de carácter presencial como no presencial.</p> <p>La evaluación continua de los conocimientos adquiridos a través de pruebas periódicas, mediante el empleo de técnicas expositivas de cualquier carácter.</p> <p>La calificación final de carácter numérico se realizará sobre una escala de 10.</p> <p>Para la valoración, se utilizarán los mecanismos probatorios que aporten las necesarias evidencias en este proceso de evaluación y que, además, irá acompañado de la oportuna taxonomía diseñada al efecto que permita un adecuado “feedback” en el proceso de enseñanza-aprendizaje</p>
--	---

<b>ASIGNATURA: SOCIOLOGÍA: SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO</b>				
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 1º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Básica</b>	
<p><b>Competencias que adquiere el estudiante</b></p>	<p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>CT 4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.</p>			
<p><b>Breve descripción de sus contenidos</b></p>	<p>La sociedad del consumo: emergencia y consolidación. Bases sociales y culturales del funcionamiento de los mercados. Configuración social del mercado y prácticas de consumo. La influencia de la estratificación social en los mecanismos de distribución y consumo. Globalización y consumo. Los efectos sociales y culturales de las prácticas de consumo. Consumo y estilos de vida: identidades sociales, estilos de vida y prácticas de consumo.</p>			
<p><b>Actividades formativas con su</b></p>	<p><b>Actividad formativa</b></p>	<p><b>Metodología</b></p>	<p><b>Competencias relacionadas</b></p>	<p><b>ECTS</b></p>

<b>contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	Clases teóricas	Lección magistral. Eventos divulgativos	CG3, CG5, CG6, CT4,CT5,CT10,CT15, CE3,CE8,CE14	1.2
	Clases prácticas	Estudio de casos y análisis de situaciones. Proyecto. Debates	CG3, CG5, CG6, CT4, CT5, CT10, CT15, CE3, CE8, CE14	0.6
	Tutorías individuales y en grupo	Proyecto de aprendizaje y de resolución de problemas	CG3, CG5, CG6, CT4, CT5, CT10, CT15, CE3, CE8, CE14	0.2
	Aprendizaje/Actividad autónoma	Estudio/ preparación actividades  Diseño proyecto  Dossier	CG3, CG5, CG6, CT4, CT5, CT10, CT15, CE3, CE8, CE14	4
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	Evaluación continua. Evaluación global del proceso de aprendizaje y adquisición de competencias.  Pruebas escritas: preguntas de desarrollo y casos prácticos  Informes/ memoria de prácticas  Proyectos/ trabajos  Porta-folio/ dossier			

<b>ASIGNATURA: EMPRESA: FUNDAMENTOS DE MARKETING</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 1º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: BASICA</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto</p>		

	<p>académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.</p> <p>CT8 Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.</p> <p>CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.</p> <p>CT12. Creatividad.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT16. Iniciativa.</p> <p>CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	El objetivo será conectar al alumno con aspectos básicos del Marketing para conocer y entender el mercado y los consumidores de la empresa, asimismo se le proporcionarán los conocimientos necesarios para diseñar un programa de marketing y capacitarle para la toma de decisiones comerciales.			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases teóricas	Lección magistral	CG1; CG3; CG6; CT3; CT4; CT10; CT12;	1,2

<b>relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>			CT13; CT14; CT15; CT 16; CE1; CE5; CE7	
	Tutorías	Atención individual y en grupo	CG1; CG2; CG3; CG6; CT1; CT 4; CT15; CT16; CT17; CT18; CE1 ; CE3; CE5 ; CE7 ; CE8 ; CE26.	0,2
	Resolución de ejercicios. Estudio de casos.	Clases prácticas y seminarios	Todas	0,6
	Estudio y trabajo autónomo. Realización y presentación de ejercicios y tareas	Aprendizaje/actividad autónoma dirigida (individual)	Todas	2,8
	Trabajo en grupo y aprendizaje cooperativo. Realización de trabajos	Aprendizaje/actividad autónoma dirigida (en grupo)	CG1; CG2; CG3; CG4; CG5; CG6; CT1; CT5; CT7; CT 8; CT9; CT15; CT16; CE1 ; CE5 ; CE8 ; CE17 ; CE26	1,2
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Sistema de examen único.</p> <p>Sistema de evaluación continua: se valoraran además de las pruebas parciales, la participación en las clases y seminarios, y la realización de casos prácticos.</p>			

<b>ASIGNATURA: INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 2º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Obligatoria</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>Adquirir habilidades para poder desarrollar y gestionar los elementos informáticos necesarios en una actividad comercial.</p> <p>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.</p> <p>CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.</p> <p>CT8. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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</p>		

	través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	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			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Contenidos teóricos	Clase Magistral con apoyo de medios audiovisuales e informáticos. Se fomentará la participación de los alumnos.	CG1, CT2, CT18, CE24, CE26	1
	Contenidos Prácticos	Clase tutorizada en laboratorio de ordenadores.	CG1, CT2, CT18, CE24 CE26	1
	Tutorías	Las clases anteriores se complementaran con trabajo individualizado o en grupos muy reducidos de tutoría.	Todas	0,2
	Estudio propio y trabajo individual del alumno	Actividad autónoma del alumno	Todas	2
	Preparación de exposiciones	Trabajo del alumno	Todas	0,4
	Exposición de trabajos por parte del alumno	Exposición tema y preguntas sobre el mismo	Todas	1,3
	Pruebas de evaluación	Pruebas de control de aprendizaje		0,1
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Siempre y cuando el número de alumnos lo permita la evaluación se realizará por evaluación continua mediante los trabajos presentados por el alumno y las entrevistas personales con el profesor.</p> <p>Si el número de alumnos es elevado se realizará evaluación continua, complementada con un examen final de la materia. El peso del examen en la evaluación total del alumno no pasará del 50%.</p> <p>Para los alumnos que no puedan asistir a clase con regularidad se arbitrará un medio (tutorización por internet o similar) que permita que al menos un 50% de la evaluación se realice de forma continua.</p> <p>Se tendrán en cuenta todos los trabajos que el alumno presente.</p>			

<b>ASIGNATURA: IDIOMA COMERCIAL: INGLÉS, FRANCÉS O ALEMÁN</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 2º</b>	<b>Semestre:1º</b>	<b>Carácter: Obligatoria</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y</p>		

	<p>adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Introducción a la comunicación en lengua extranjera en un entorno comercial. Se abordarán las cuatro macrodestrezas (lectura, escritura, comprensión y expresión oral) combinándolas con las microdestrezas propias de la actividad comercial, de gestión y de compras: aspectos interculturales y relaciones sociales profesionales (visitas y recepción de visitantes), presentaciones profesionales (producto, negocio, empresa,...), correspondencia, conversaciones telefónicas, etc. Además, se introducirá la terminología específica más utilizada en las transacciones comerciales.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Presentación de contenidos teóricos y de trabajos y ejercicios a realizar en el aula	Lección magistral	CG4, CG6 CE18	0.4
	Resolución de tareas y actividades orales y escritas	Trabajo tutorizado en grupos grandes	CG4 CE18	0.2
	Presentación de trabajos, tareas y ejercicios	Trabajo tutorizado en el laboratorio de idiomas	CE18, CE26	1.6
	Preparación de tareas, trabajos y estudio de contenidos	Trabajo autónomo del alumno, individual o en grupo	CG4, CG6 CE18, CE26	3.6
	Actividades de evaluación	Pruebas y exámenes (orales y escritos)	CG4, CG6 CE18, CE26	0.2
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Evaluación continua a través del seguimiento en el aula (entre 10% y 25%).</p> <p>Evaluación continua a través de presentaciones y trabajos (entre 15% y 30%).</p> <p>Evaluación global del proceso de aprendizaje y de la adquisición de contenidos y competencias a través de una prueba final (entre 75% y 50%).</p> <p>Calificación final numérica de 0 a 10 según la legislación vigente.</p>			

<b>ASIGNATURA: MUESTREO APLICADO A LA INVESTIGACION DE MERCADOS</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 2º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Obligatoria</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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</p>		

	que proporciona el modelo. 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.			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	Muestreo probabilístico de poblaciones finitas. Diseño de encuestas. Muestreo aleatorio simple. Muestreo de variables cuantitativas y cualitativas. Muestreo estratificado y por conglomerados. Aplicación al estudio de mercados			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Actividades expositivas del temario por el profesor.	Lección magistral.	CE15, CE21, CE24	1,2
	Aplicación de programas estadísticos adecuados para la resolución de los problemas de proceso de datos asociados a una encuesta.	Clases prácticas	CE15, CE21, CE24	0,8
	Diseño y realización práctica de una encuesta, utilizando los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en las aulas.	Trabajo en grupo reducido	CE15, CE21, CE24	0,8
	Resolución de dudas, y seguimiento de trabajos.	Tutorías individuales o en grupo.	CE15, CE21, CE24	0,2
	Trabajo autónomo del alumno		CE15, CE21, CE24	3
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	Los alumnos deben superar un examen conceptual que asegure el conocimiento de los conceptos teóricos. Deben además realizar un trabajo, individualmente o en grupo reducido, que demuestre su capacidad para diseñar y realizar una encuesta.			

<b>ASIGNATURA: MARKETING ESTRATÉGICO</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 2º</b>	<b>Semestre: 2</b>	<b>Carácter: OBLIGATORIA</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la</p>		

	<p>organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	El contenido de esta asignatura tiene como objetivo definir y analizar el mercado de referencia para la empresa así como llevar a cabo el análisis y diagnóstico estratégico utilizando para ello los instrumentos adecuados. Diseñar y elegir las estrategias que le permitirán a la empresa alcanzar sus objetivos y elaborar el Plan Estratégico de Marketing.			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clase teórica	Lección Magistral	CG1, CG6, CE5, CE7,	1.2
	Tutorías	Atención Individual y en grupo	CG2, CG4, CG5 CE7, CE14	0.2
	Clases prácticas y seminarios	Resolución de ejercicios y estudio de casos	CG2, CG6, CE5, CE7, CE14 CE 24.	0.6
	Aprendizaje/actividad autónoma individual dirigida	Estudio y trabajo autónomo. Realización y presentación de temas, casos, tareas.	CG2,CG3, CG4,CG5,CG6 CE5, CE7, CE14 CE24, CE26 .	2.8
	Aprendizaje/actividad autónoma en grupo dirigida	Trabajo y aprendizaje en grupo. Realización de temas, trabajos, proyecto	CG2, CG3, CG4,CG5,CG6 CE5, CE7, CE14 CE24, CE26.	1.2
<b>Sistema de</b>	Pruebas escritas (examen tipo test, respuesta corta, pregunta teórico-práctica..) 40%			

<b>evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Trabajos y proyectos ( ejercicios, casos, trabajos...)35%</p> <p>Presentaciones y exposiciones orales individuales y en grupo (temas, casos, trabajos, proyectos...) 15%</p> <p>Participación del alumno (asistencia, debate, actitudes, ...) 10%</p>
--	--

<b>ASIGNATURA: GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTOS Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL</b>				
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 2º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: Obligatoria</b>	
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	Análisis del conjunto de actividades relacionadas con el flujo total de materiales y el flujo de información asociado, que comienza con el aprovisionamiento de materias primas y finaliza con la entrega de los productos terminados a los clientes y la recuperación del residuo obtenido, para su reintroducción en la cadena de suministro.			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Sesiones magistrales interactivas	Clase magistral con interpelaciones frecuentes a los estudiantes	CG1, CG2, CT5, CE4, CE5, CE15	1
	Trabajo tutelado	El estudiante elabora un documento sobre la temática de la materia.	CG1, CG2, CT3, CT5, CE4, CE5, CE15	0,25

	Estudio de casos/análisis de situaciones	Formulación, análisis, resolución y debate de casos y situaciones relacionadas con la materia.	CG1, CG2, CT3, CT5, CE5, CE15	0,25
	Debates	Actividad en la que los alumnos exponen sus conclusiones e ideas sobre un tema determinado.	CG1, CG2, CT5, CE4, CE5, CE15	0,25
	Tutorías	Entrevistas que el alumno mantiene con el profesorado de la materia para asesoramiento/desenvolvimiento de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje.	CG1, CG2, CE4, CE5, CE15	0,25
	Estudio/lectura individual	Trabajo de asimilación personal	CG1, CG2, CT3, CT5, CE4, CE5, CE15	4

<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	Estudio de casos/análisis de situaciones 10% Exposiciones o demostraciones 10% Trabajos tuteladas 30% Prueba escrita 50%			
---	---	--	--	--

### ASIGNATURA: GESTIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR

<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 3º</b>	<b>Semestre:1º</b>	<b>Carácter: OBLIGATORIA</b>	
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.</p>			

	<p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.</p> <p>CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.</p> <p>CT12. Creatividad.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT16. Iniciativa.</p> <p>CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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</p>
--	--

	través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	El objetivo de esta materia es ofrecer al alumno una visión pormenorizada de los aspectos básicos del comercio exterior, que debe conocer una empresa que comercializa sus productos en los mercados internacionales: condiciones de envío, medidas de política comercial, obstáculos al comercio, medidas de fomento de la exportación, gestión aduanera...			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases teóricas	Lección magistral	CG1; CG3; CG6; CT 3; CT 4; CT 10; CT 12; CT 13; CT 14; CT15; CT 16; CE1; CE6; CE 13; CE 14; CE16; CE 23; CE 24	1
	Tutorías	Atención individual y en grupo	CG1; CG2; CG3; CG6; CT 1; CT 4; CT 15; CT 16; CT 17; CT 18; CE 1; CE 6; CE 13; CE 14; CE23; CE 24	0.2
	Resolución de ejercicios. Estudio de casos.	Clases prácticas y seminarios	Todas	0,8
	Estudio y trabajo autónomo. Realización y presentación de ejercicios y tareas	Aprendizaje/actividad autónoma dirigida (individual)	Todas	2.8
	Trabajo en grupo y aprendizaje cooperativo. Realización de trabajos	Aprendizaje/actividad autónoma dirigida (en grupo)		1.2
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	Sistema de examen único: se valorará el examen y un trabajo que representará un porcentaje de la calificación final comprendido entre el 10% y el 20%.  Sistema de evaluación continua: se valoraran las pruebas parciales realizadas, la participación en las clases, seminarios y visitas de campo, y los trabajos teóricos y prácticos.			

<b>ASIGNATURA: PLANIFICACION DE RECURSOS DE INFORMACIÓN INTEGRADOS</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 3º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: OBLIGATORIA</b>

<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>La empresa como sistema: el enfoque de sistemas aplicado a la planificación y gestión empresariales.</p> <p>Características, ventajas e inconvenientes de las herramientas modulares de planificación y gestión: la integralidad y la modularidad.</p> <p>Funcionamiento y prestaciones de los sistemas integrados para la planificación, gestión y control logístico y comercial: aprovisionamientos, inventarios, ventas y distribución, riesgo comercial, etc.</p> <p>Diseño y generación de informes comerciales, logísticos, etc. e interpretación de la información.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases dedicadas a la exposición de conceptos o contenidos teóricos	Lección magistral	CG1, CG2, CT5, CT10, CE4, CE5, CE24	0,2
	Resolución de problemas y casos	Grupo reducidos en aula informática	CG1, CG2, CG3, CT5, CT10, CE5, CE24	1,7
	Tutorías personalizadas	Orientación individualizada al alumno	CG1, CG2, CT5, CT10, CE4, CE5, CE24	0,2
	Preparación de trabajos	Trabajo autónomo y grupal del estudiante	CG1, CG2, CG3, CT5, CT10, CE5, CE24	0,9

	Estudio, preparación de la evaluación y su realización.	Trabajo autónomo del estudiante	CG1, CG2, CG3, CT5, CT10, CE4, CE5, CE24	3
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>El resultado del aprendizaje se evaluará a través de un examen final y mediante de un proyecto o trabajo.</p> <p>El profesor fijará en la guía docente el peso que otorgará a cada uno de estos elementos, así como los criterios de valoración de las pruebas: asimilación de contenidos, capacidad de aplicación a situaciones reales, comprensión y capacidad de relación de conocimientos teóricos y prácticos, etc.</p> <p>El resultado de la evaluación se expresará en una escala numérica de 0 a 10 según la legislación vigente.</p>			

<b>ASIGNATURA: IDIOMA PARA LA NEGOCIACIÓN INTERCULTURAL: INGLÉS, FRANCÉS O ALEMÁN</b>				
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 3º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Obligatoria</b>	
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	Profundización en los aspectos comunicativos comerciales en lengua extranjera, centrados en las negociaciones y los componentes culturales que inciden en la comunicación. Se abordarán las cuatro macrodestrezas y las microdestrezas profesionales, con textos especializados y auténticos. Entre otros temas, se prestará especial atención a las negociaciones comerciales y reuniones de empresa (con clientes y/o proveedores) en un contexto internacional, a las reclamaciones y su gestión, y a los documentos propios del comercio internacional.			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Presentación de contenidos teóricos y de actividades a realizar en el aula	Lección magistral	CG4, CG6; CE3, CE18	0.4

<b>competencias que debe adquirir el estudiante</b>	Resolución de tareas y actividades orales y escritas	Trabajo tutorizado en grupos grandes	CG4 CE18, CE23	0.2
	Presentación de trabajos, tareas y ejercicios	Trabajo tutorizado en el laboratorio de idiomas	CE18, CE 26	1.6
	Preparación de tareas, trabajos y estudio de contenidos	Trabajo autónomo del alumno, individual o en grupo	CG4, CG6 CE18, CE26	3.6
	Actividades de evaluación	Pruebas y exámenes (orales y escritos)	CG4, CG6 CE3, CE18, CE23, CE26	0.2
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Evaluación continua a través del seguimiento en el aula (entre 10% y 25%).</p> <p>Evaluación continua a través de presentaciones y trabajos (entre 15% y 30%)</p> <p>Evaluación global del proceso de aprendizaje y de la adquisición de contenidos y competencias a través de una prueba final (entre 75% y 50%).</p> <p>Calificación final numérica de 0 a 10 según la legislación vigente.</p>			

<b>ASIGNATURA: MARKETING INTERNACIONAL</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 3º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: OBLIGATORIA</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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</p>		

	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	El contenido de esta asignatura tiene como objetivo analizar el entorno internacional de la empresa, investigar y seleccionar los mercados exteriores, diseñar las estrategias de acceso a los mercados internacionales y tomar decisiones sobre el programa de Marketing Mix Internacional.			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clase teórica	Lección Magistral	CG1, CG6, CE1, CE6, CE7, CE23	1.2
	Tutorías	Atención Individual y en grupo	CG2, CG4, CG5 CE6, CE23 CE24	0.2
	Clases prácticas y seminarios	Resolución de ejercicios y estudio de casos	CG2, CG6, CE1, CE6, CE23, CE 24	0.6
	Aprendizaje/actividad autónoma individual dirigida	Estudio y trabajo autónomo. Realización y presentación de temas, casos, trabajos	CG2, CG3, CG4,CG5,CG6 CE1, CE6, CE7, CE23, CE 24, CE26	2.8
	Aprendizaje/actividad autónoma en grupo dirigida	Trabajo y aprendizaje en grupo. Realización y presentación de temas casos y trabajos en grupo.	CG2, CG3, CG4,CG5,CG6 CE1, CE6, CE7, CE23, CE 24, CE26	1.2
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Pruebas escritas (examen tipo test, respuesta corta, pregunta teórico-práctica..) 40%</p> <p>Trabajos ( temas, ejercicios, casos, ...) 35%</p> <p>Presentaciones y exposiciones orales individuales y en grupo (temas, ejercicios, casos, trabajos, ...) 15%</p> <p>Participación del alumno (asistencia, debate, actitudes, ...) 10%</p>			

<b>ASIGNATURA: CREACIÓN DE EMPRESAS COMERCIALES</b>				
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: OBLIGATORIA</b>	
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT12. Creatividad.</p> <p>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, y 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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Factores del entorno que influyen en la creación de empresas.</p> <p>El emprendedor: Motivaciones y cualidades.</p> <p>La idea: fuentes y análisis.</p> <p>El plan de negocio. Estructura y estrategia.</p> <p>Requisitos legales para crear una empresa: formas jurídicas, fiscalidad, permisos y licencias, obligaciones registrales, ayudas, trámites, etc.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases dedicadas a la exposición de conceptos o contenidos teóricos	Lección magistral	CG1, CG6, CE2, CE4, CE6, CE14	0,6

<b>relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	Tutorías grupales de apoyo para la búsqueda de información, análisis de viabilidad y elaboración del plan de negocio	Tutoría en grupos reducidos	CG1, CG2, CG5, CG6, CT1, CT7, CT8, CT12, CE2, CE4, CE6, CE26	1
	Conferencias de emprendedores y exposición de material audiovisual	Lección magistral, conferencias y visionado de casos	CG2, CG6, CE14	0,3
	Exposición de trabajos	Grupos reducidos con presencia del profesor	CG2, CT1, CT7, CT8, CE2, CE4, CE6, CE26	0,1
	Estudio, preparación de la evaluación y su realización.	Trabajo autónomo del estudiante	CG2, CG5, CG6, CE2, CE4, CE14	1,5
	Realización del proyecto de empresa	Trabajo autónomo y grupal del estudiante	CG1, CG2, CG5, CG6, CT1, CT7, CT8, CT12, CE2, CE4, CE6, CE14, CE26	2,5
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>El resultado del aprendizaje se evaluará a través de la evaluación continua, un examen final y mediante la valoración del proyecto de empresa.</p> <p>El examen tendrá carácter eliminatorio y aportará el 20% de la nota final.</p> <p>La evaluación continua contribuirá al 10% de la nota final.</p> <p>El 70% restante procederá del proyecto de empresa, del que se considerará: la originalidad de la idea, la calidad técnica del plan de negocio y de la exposición y la capacidad de relación y soporte a partir de los contenidos aprendidos en otras materias del plan de estudios.</p> <p>El resultado de la evaluación se expresará en una escala numérica de 0 a 10 según la legislación vigente.</p>			

<b>ASIGNATURA: HABILIDADES PERSONALES DIRECTIVAS Y COMERCIALES</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Optativa</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p>		

	<p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.</p> <p>CT12. Creatividad.</p> <p>CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Concepto de competencia personal y organizacional. Tipos de competencias técnicas y transversales. Vínculos entre ellas. Importancia para el desempeño profesional y para la competitividad de la organización.</p> <p>Habilidades personales y directivas: empatía, visión, comunicación interpersonal, escucha, percepción, gestión del tiempo, flexibilidad, credibilidad y confianza personal, liderazgo, visión, creatividad, asertividad, flexibilidad, auto-conocimiento, inteligencia emocional, aprendizaje, gestión de las relaciones, control emocional, etc.</p> <p>Habilidades específicas para la negociación comercial: comunicación verbal y no verbal, argumentación, detección de motivaciones de compra y venta, organización y planificación, reclamaciones, etc.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases dedicadas a la exposición de conceptos o contenidos teóricos	Lección magistral	CG5, CT1, CT3, CT6, CT7, CT8, CT9, CT11, CT12, CT14, CT18, CE8	1
	Seminarios y talleres para la realización de casos y ejercicios.	Seminarios de grupos reducidos	CG4, CG5, CT1, CT6, CT7, CT8, CT9, CT12, CT14, CT18, CE8	0,8
	Conferencias de responsables de recursos humanos y exposición de material audiovisual	Conferencias	CG5, CT11, CT18, CE8	0,2
	Estudio, preparación de la evaluación y su realización.	Trabajo autónomo del estudiante	CG5, CT3, CT6, CT7, CT8, CT9, CT11, CT12, CT14, CT18, CE8	4
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>El resultado del aprendizaje se evaluará a través de un examen final y mediante evaluación continua.</p> <p>El profesor fijará en la guía docente el peso que otorgará a cada uno de estos elementos, así como los criterios de valoración de las pruebas: asimilación de contenidos, capacidad de aplicación a situaciones reales, capacidad de búsqueda de información; capacidad de comunicación oral o escrita, etc.</p> <p>El resultado de la evaluación se expresará en una escala numérica de 0 a 10 según la legislación vigente.</p>			

<b>ASIGNATURA: TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL</b>				
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Optativa</b>	
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	Las técnicas cualitativas en el análisis de la realidad. Metodología, estrategias y técnicas para el diseño y elaboración de proyectos. Diseño de investigación aplicada: la perspectiva de la intervención. La evaluación de planes, programas y proyectos: su aplicación a la actividad comercial.			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases teóricas	Lección magistral Evento divulgativo	CG3, CG5, CG6, CT4,CT5, CT6, CT15, CE6,CE11,CE25	1.2
	Clases prácticas	Prácticas de laboratorio. Estudio de casos/ situaciones. Debates. Proyectos	CG3, CG5, CG6, CT4, CT5, CT6, CT15, CE6, CE11, CE25	0.6
	Tutorías individuales y en grupo	Proyecto de aprendizaje y de resolución de problemas	CG3, CG5, CG6, CT4,CT5, CT6, CT15, CE6, CE11, CE25	0.2
	Aprendizaje/Actividad autónoma	Estudio y preparación de actividades. Diseño proyecto. Elaboración de dossier	CG3, CG5, CG6, CT4, CT5, CT6, CT15, CE6,CE11, CE25	4
<b>Sistema de</b>	Evaluación continua/.Evaluación global del proceso de aprendizaje y adquisición de			

<b>evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>competencias.</p> <p>Pruebas escritas: preguntas de desarrollo y casos prácticos</p> <p>Informes/ memoria de prácticas</p> <p>Proyectos</p> <p>Porta-folio/ dossier</p>
--	--

<b>ASIGNATURA: COMERCIO ELECTRÓNICO: ELEMENTOS INFORMATICOS</b>				
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: Optativa</b>	
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>Adquirir habilidades necesarias para poder diseñar y administrar un sistema que utilice las tecnologías relativas al comercio electrónico.</p> <p>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.</p> <p>CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.</p> <p>CT18.Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>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</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Contenidos teóricos	Clase Magistral con apoyo de medios audiovisuales e informáticos. Se fomentará la participación de los alumnos.	CG1, CT2, CT18 CE24, CE26	1
	Contenidos Prácticos	Clase tutorizada en laboratorio de ordenadores.	CG1, CT2, CT18, CE24, CE26	1

	Tutorías	Las clases anteriores se complementaran con trabajo individualizado o en grupos muy reducidos de tutoría.	Todas	0,2
	Estudio propio y trabajo individual del alumno	Actividad autónoma del alumno	Todas	2
	Preparación de exposiciones	Trabajo del alumno	Todas	0,4
	Exposición de trabajos por parte del alumno	Exposición tema y preguntas sobre el mismo	Todas	1,3
	Pruebas de evaluación	Pruebas de control de aprendizaje		0,1
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Siempre y cuando el número de alumnos lo permita la evaluación se realizará por evaluación continua mediante los trabajos presentados por el alumno y las entrevistas personales con el profesor.</p> <p>Si el número de alumnos es elevado se realizará evaluación continua, complementada con un examen final de la materia. El peso del examen en la evaluación total del alumno no pasará del 50%.</p> <p>Para los alumnos que no puedan asistir a clase con regularidad se arbitrará un medio (tutorización por internet o similar) que permita que al menos un 50% de la evaluación se realice de forma continua.</p> <p>Se tendrán en cuenta todos los trabajos que el alumno presente.</p>			

<b>ASIGNATURA: IDIOMA PARA LA COMUNICACIÓN INTERNACIONAL: INGLÉS, FRANCÉS O ALEMÁN</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: Optativa</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.</p> <p>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.</p> <p>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</p>		

	través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	Carácter comunicativo (nivel avanzado) combinado con los conocimientos propios de la titulación de comercio. Este curso será, por tanto, una lengua para fines específicos en la que el contenido de la especialidad será el eje conductor. Énfasis en la interdisciplinariedad, se incluirán textos en lengua extranjera característicos de otras materias (gestión, comercio o marketing), así como metodologías de empresa (análisis de casos, DAFO o PEST). Además, se dedicará un módulo a la búsqueda de empleo (selección de ofertas, cartas de presentación, modalidades de CV-Europass y entrevistas).			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Presentación de contenidos teóricos y de trabajos y ejercicios a realizar en el aula	Lección magistral	CG4, CG6 CE8, CE18	0.4
	Resolución de tareas y actividades orales y escritas	Trabajo tutorizado en grupos grandes	CG4 CE18	0.2
	Presentación de trabajos, tareas y ejercicios	Trabajo tutorizado en el laboratorio de idiomas	CE7, CE8, CE14, CE26	1.6
	Preparación de tareas, trabajos y estudio de contenidos	Trabajo autónomo del alumno, individual o en grupo	CG4, CG6 CE7, CE14, CE18, CE26	3.6
	Actividades de evaluación	Pruebas y exámenes (orales y escritos)	CG4, CG6 CE7, CE8, CE 14, CE18, CE26	0.2
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	Evaluación continua a través del seguimiento en el aula (entre 10% y 25%). Evaluación continua a través de presentaciones y trabajos (entre 15% y 30%). Evaluación global del proceso de aprendizaje y de la adquisición de contenidos y competencias a través de una prueba final (entre 75% y 50%). Calificación final numérica de 0 a 10 según la legislación vigente.			

<b>ASIGNATURA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: Optativa</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la</p>		

	<p>organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.</p> <p>CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.</p> <p>CT12. Creatividad.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT16. Iniciativa.</p> <p>CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
--	--

	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Esta asignatura explica cómo obtener información útil para la toma de decisiones, tanto a nivel estratégico como en aquellas funciones necesitadas de información puntual, a partir del conocimiento de la terminología y de los instrumentos para obtener datos, evaluarlos y comunicar sus resultados dentro de la empresa.</p> <p>Para ello se revisan en su programa los siguientes aspectos:</p> <p>Necesidades de información en la empresa, Fuentes de datos, metodología para el diseño de la investigación de mercados y aplicación de las diferentes técnicas cualitativas cuantitativas al marketing, en sus variables (4P y estrategias de segmentación y posicionamiento)</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases teóricas	<p>Lección magistral y exposiciones por los alumnos (parte) en equipo</p> <p>Uso ordenadores, videos, pizarra y proyectores</p>	Todas	3
	Clases practicas	<p>Método del caso, y práctica en planificación encuesta y otros métodos.</p> <p>En grupo</p>	<p>Todas con hincapié particular en:</p> <p>CG2,CG3,CG5,CG6</p> <p>CT (1 a 18)</p> <p>CE6, CE7, CE11, CE15, CE25, CE26.</p>	1,0
	Trabajo práctico de búsqueda de información. En grupo	<p>Orientación y tutorización.</p> <p>Estructura del informe</p>	Todas	1,5
	Tutorías	Atención individual y en grupo	Todas	0,5
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p><b>Conocimientos teóricos.-</b> Asistencia a las clases y evaluación del trabajo personal de exposición (20%) y examen escrito (50%).</p> <p><b>Clases Prácticas.-</b> Asistencia y participación en el trabajo en grupo, y debate con intención de resolver el tema de la práctica. Se analizan y debaten las soluciones propuestas por los grupos (15%)</p> <p><b>Trabajo Práctico.</b> Se analiza el informe. Se revisa en particular, la metodología, Bibliografía, Fuentes y su mención en gráficos y tablas, y Anexos justificativos del trabajo personal (15%). Se fomenta trabajar en grupo</p> <p>El resultado de la evaluación se reflejara en una nota entre 0 y 10 de acuerdo con la legislación vigente</p>			

**MODULO 4: GESTIÓN DE LA INFORMACION ECONOMICO -FINANCIERA**

60 CRÉDITOS ECTS

Cursos 1º a 4º

Dominar los aspectos técnicos necesarios para una correcta y organizada gestión contable y disponer de amplios elementos de juicio para tomar decisiones comerciales y financieras son vitales en cualquier organización.

Para optimizar y mejorar de forma continua la gestión de global del comercio es imprescindible disponer de una eficaz información contable y de asegurar la viabilidad de las decisiones en su operatoria.

El módulo de gestión de la información económica financiera aplicado al grado de comercio permite adquirir un profundo conocimiento de los aspectos contables y financieros de forma que dotan al alumno de los recursos e instrumentos que le permitan apoyar el proceso de toma de decisiones en todos los niveles de la organización, comunicar a terceros la situación económico financiera del negocio y gestionar del modo más eficaz la actividad de la empresa para dotarla de los fondos necesarios que le permitan la adecuada ejecución de sus planes .

El módulo se articula en la materia gestión de la información económico-financiera.

**SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN:** Recoge asignaturas que forman al alumno sobre la metodología para identificar, registrar, analizar, presentar y comunicar información económica a terceros y para la toma de decisiones dentro de la propia organización a diferentes niveles de responsabilidad.

**Competencias y resultados del aprendizaje**

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.

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.

CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.

CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.

CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.

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.

CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).

CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.

CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.

CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.

CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas

CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.

CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.

CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.

CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.

CT12. Creatividad.

CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.

- CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
- CT15. Compromiso ético en el trabajo.
- CT16. Iniciativa.
- CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
- CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.
- 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.
- 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.
- CE10. Desarrollar los conocimientos necesarios para formular y analizar la información financiera relacionada con las combinaciones de negocios.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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
- CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.
- CE22. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.
- 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.
- 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.

<b>MATERIAS</b>
<b>GESTION DE INFORMACION ECONOMICO –FINANCIERA</b>
<b>36ETCS</b>
<b>ASIGNATURAS</b>

Empresa: Fundamentos de contabilidad	Contabilidad financiera	Contabilidad de Costes	Contabilidad de Gestión	Presentación e Interpretación de la Información Financiera	Combinaciones de Negocios
--------------------------------------	-------------------------	------------------------	-------------------------	--	---------------------------

<b>ASIGNATURA: EMPRESA: FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 1º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: BÁSICA</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT12. Creatividad.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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</p>		

	<p>enfoque de sistemas.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	Patrimonio y resultado. Fundamentos de la teneduría de cuentas. Etapas del ciclo contable. Plan General Contable Español. Constitución de la infraestructura básica. Operaciones de tráfico			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	SESIONES TEÓRICAS	Lección magistral. Exposición general. Profundización en apartados específicos a solicitud del alumno. Planificación del trabajo. Interacción del alumno. Pruebas del minuto	CG1, CG3, CT3, CT4,CT18, CE4, CE6, CE20, CE24	1,3
	SESIONES PRÁCTICAS	Casos prácticos expuestos por el alumno y profesor  Grupos de resolución  Grupos de conversación  Seminarios	CG2, CT1, CT4, CT5, CT6, CE4, CE6, CE20, CE24	0,8
	PREPARACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES O EN GRUPOS	Preparación del trabajo fuera del aula. Exposición en sesiones por grupos reducidos.	CG2, CG5, CT1, CT3, CT4, CT5, CT6,CT8, CT12, CT18, CE4, CE6, CE20, CE24	1,2
	TUTORÍAS INDIVIDUALIZADAS O EN GRUPOS REDUCIDOS	Exposición de dudas. Exposición de trabajos	CT1, CT4, CT18, CE 4, CE6, CE20, CE24	0,2
ESTUDIO PERSONAL Y EXAMEN	Lectura previa de bibliografía básica. Estudio de aspectos teóricos. Resolución individual de casos teóricos y prácticos. Realización de cuestionarios.	CT1, CT3, CT5, CT6, CE28	2,5	

<p><b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b></p>	<p>Para la evaluación de las competencias, destrezas y habilidades alcanzadas en la materia se tendrá en cuenta:</p> <p>La evaluación continua del alumno a través del seguimiento de su participación activa y reflexiva en el desarrollo de las actividades presenciales</p> <p>La evaluación continua del alumno a través de las evidencias aportadas documentalmente como consecuencia de las actividades exigidas en el curso, tanto de carácter presencial como no presencial.</p> <p>La evaluación continua de los conocimientos adquiridos a través de pruebas periódicas, bien mediante el empleo de técnicas expositivas de carácter oral y/o escritas teórico-prácticas.</p> <p>La calificación final de carácter numérico se realizará sobre una escala de 10.</p> <p>Para la valoración, se utilizarán los mecanismos probatorios que aporten las necesarias evidencias en este proceso de evaluación y que, además, irá acompañado de la oportuna taxonomía diseñada al efecto que permita un adecuado “feedback” en el proceso de enseñanza-aprendizaje</p>
--	--

<b>ASIGNATURA: CONTABILIDAD FINANCIERA</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 2º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: OBLIGATORIA</b>
<p><b>Competencias que adquiere el estudiante</b></p>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT12. Creatividad.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>		

	<p>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</p> <p>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.</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Activos y pasivos financieros</p> <p>Fondos propios y patrimonio neto</p> <p>Moneda extranjera</p> <p>Cuentas anuales</p> <p>Aspectos contables derivados de la personalidad jurídica de la empresa: constitución, aumento y reducción de capital</p> <p>Distribución de resultados</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	SESIONES TEÓRICAS	Lección magistral. Exposición general. Profundización en apartados específicos a solicitud del alumno. Planificación del trabajo. Interacción del alumno. Pruebas del minuto	CG1, CG3, CT3,CT4,CT18, CE4, CE6, CE20, CE24	1,3
	SESIONES PRÁCTICAS	Casos prácticos expuestos por el alumno y profesor. Grupos de resolución. Grupos de conversación. Seminarios.	CG2, CT1, CT4,CT5, CT6, CE4, CE6, CE20, CE24	0,6
	PREPARACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES O EN GRUPOS	Preparación del trabajo fuera del aula. Exposición en sesiones por grupos reducidos	CG2, CG5, CT1, CT3, CT4, CT5, CT6,CT8, CT12, CT18, CE4, CE6, CE20, CE24	1,2
	TUTORÍAS INDIVIDUALIZADAS O EN GRUPOS REDUCIDOS	Exposición de dudas. Exposición de trabajos	CT1, CT4, CT18, CE4, CE6, CE20, CE24	0,2
ESTUDIO PERSONAL Y EXAMEN	Lectura previa de bibliografía básica. Estudio de aspectos teóricos. Resolución individual de casos teóricos y prácticos. Realización de cuestionarios	CT1, CT3, CT5, CT6, CE4, CE6, CE20, CE24	2,5	

<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Para la evaluación de las competencias, destrezas y habilidades alcanzadas en la materia se tendrá en cuenta:</p> <p>La evaluación continua del alumno a través del seguimiento de su participación activa y reflexiva en el desarrollo de las actividades presenciales</p> <p>La evaluación continua del alumno a través de las evidencias aportadas documentalmente como consecuencia de las actividades exigidas en el curso, tanto de carácter presencial como no presencial.</p> <p>La evaluación continua de los conocimientos adquiridos a través de pruebas periódicas, bien mediante el empleo de técnicas expositivas de carácter oral y/o escritas teórico-prácticas.</p> <p>La calificación final de carácter numérico se realizará sobre una escala de 10.</p> <p>Para la valoración, se utilizarán los mecanismos probatorios que aporten las necesarias evidencias en este proceso de evaluación y que, además, irá acompañado de la oportuna taxonomía diseñada al efecto que permita un adecuado “feedback” en el proceso de enseñanza-aprendizaje</p>
---	--

<b>ASIGNATURA: CONTABILIDAD DE COSTES</b>				
6 ECTS	Curso: 2º	Semestre: 2º	Carácter: Obligatoria	
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas. CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo. CT12. Creatividad CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua. 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. 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			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	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).			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases teóricas	Lección magistral	CT17, CE19, CE20	1,30
	Clases prácticas	Resolución ejercicios y problemas	CT6, CT17, CE19, CE20	0,60
	Tutorías	Seminarios	CT17, CE19, CE20	0,35
	Aprendizaje/ actividad autónoma dirigida (individual)	Elaboración de trabajos y ejercicios para exponer	CT6, CT12, CT17, CE19, CE20	1,35
	Aprendizaje/ actividad dirigida (en grupo)	Prácticas con ordenador	CT6, CT8, CT12, CT17,	0,60

			CE19, CE20	
	Estudio personal	Trabajo autónomo del alumno	CT17, CE19, CE20	1,80
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Valoración de las intervenciones en el aula en preguntas abiertas y en los debates propuestos.</p> <p>Valoración en la resolución y exposición de ejercicios prácticos.</p> <p>Valoración de las pruebas escritas tipo test.</p> <p>Valoración de las pruebas escritas resolución de problemas.</p> <p>Valoración de la realización y exposición de los trabajos propuestos</p>			

<b>ASIGNATURA: CONTABILIDAD DE GESTIÓN</b>				
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 3º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Obligatoria</b>	
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT12. Creatividad</p> <p>CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua</p> <p>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.</p> <p>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</p>			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Conocer la forma de diseñar un sistema de contabilidad de gestión que permita acumular, clasificar, resumir y comunicar la información de mantener que sirva de apoyo a los directivos en su proceso de toma de decisiones y en sus actividades de planificación y control</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Clases teóricas	Lección magistral	CT17, CE19, CE20	1,30
	Clases prácticas	Resolución ejercicios y problemas	CT6, CT17, CE19, CE20	0,60
	Tutorías	Seminarios	CT17, CE19, CE20	0,35
	Aprendizaje/ actividad autónoma dirigida (individual)	Elaboración de trabajos y ejercicios para exponer	CT6, CT12, CT17, CE19, CE20	1,35
	Aprendizaje/ actividad dirigida (en grupo)	Prácticas con ordenador	CT6, CT8, CT12, CT17, CE19, CE20	0,60
	Estudio personal	Trabajo autónomo del alumno	CT17, CE19, CE20	1,80

<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Valoración de las intervenciones en el aula en preguntas abiertas y en los debates propuestos.</p> <p>Valoración en la resolución y exposición de ejercicios prácticos.</p> <p>Valoración de las pruebas escritas tipo test.</p> <p>Valoración de las pruebas escritas resolución de problemas.</p> <p>Valoración de la realización y exposición de los trabajos propuestos.</p>
---	---

<b>ASIGNATURA: PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 3º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Obligatoria</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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</p> <p>CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables,</p>		

	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			
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	Análisis Contable e información financiera. El Balance y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias. El estado de cambios en el patrimonio neto y los estados de flujos. Otra información contable. Análisis de Estados financieros: objetivos e instrumentos. El riesgo financiero a corto plazo: análisis de la liquidez. El riesgo financiero a largo plazo: análisis de la solvencia. El riesgo económico: análisis de la rentabilidad			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	SESIONES TEÓRICAS	Lección magistral. Interacción del alumno	C. Generales: 2, 3; C. Transversales: 4, 5, 6, 9, 15, 18.  C. Específicas: 4, 6, 20, 24;	1,2
	Clases Prácticas	Resolución de casos propuestos con la intervención de los alumnos.	C. Generales.: 2, 3; C. Transversales: 4, 5, 6, 9, 11, 15, 18. C. Específicas: 4, 6, 20, 24;	1,2
	Preparación de trabajos individuales o en grupos	Preparación del trabajo fuera del aula  Exposición en sesiones por grupos reducidos	C. Generales: 2, 3, 4, 5; C. Transversales: 1, 3, 4, 5, 6, 8, 11, 13, 15, 18 C. Específicas: 4, 6, 20, 24;	1,2
	Tutorías individualizadas o en grupos reducidos	Exposición de dudas  Exposición de trabajos	C. Generales, 4, 5; C. Transversales: : 1, 3, 4, 5, 6, 8, 11, 13, 15, 18 C. Específicas: 4, 6, 20, 24;	0,4
	Estudio personal y examen	Lectura previa de bibliografía básica. Estudio de aspectos teóricos. Resolución individual de casos teóricos y prácticos. Realización de cuestionarios	C. Generales: 2, 3, 5; C. Transversales: 3, 4, 13, 15, 18 C. Específicas: 4, 6, 20, 24;	2
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las</b>	Evaluación continua a través del seguimiento del trabajo en el aula  Evaluación continua a través del seguimiento de exposición de trabajos			

<b>competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	Evaluación global del proceso de aprendizaje y la adquisición de competencias y conocimientos Calificación numérica 0 a 10 según legislación vigente.
--	--

<b>ASIGNATURA: COMBINACIONES DE NEGOCIOS</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 1º</b>	<b>Carácter: Optativa</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>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.</p> <p>CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.</p> <p>CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.</p> <p>CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.</p> <p>CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.</p> <p>CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.</p> <p>CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.</p> <p>CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.</p> <p>CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.</p> <p>CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.</p> <p>CT15. Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.</p> <p>CE10. Desarrollar los conocimientos necesarios para formular y analizar la información financiera relacionada con las combinaciones de negocios.</p> <p>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</p> <p>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.</p>		
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	Estudio del proceso de construcción, revelación y análisis de la información específica de los grupos empresariales derivadas de las combinaciones de negocio, tanto en aquellas en las que se produce el control de una empresa sobre otras, como en la forma de negocios conjuntos.		

	Asimismo, profundizar en las operaciones de instrumentos financieros relacionados con las combinaciones de negocios y los negocios conjuntos.			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	SESIONES TEÓRICAS	Lección magistral. Interacción del alumno	C. Generales: 2, 3; C. Específicas: 10,20,24; C. Transversales: 4, 5, 6, 9, 15, 18.	1,2
	Clases Prácticas	Resolución de casos propuestos con la intervención de los alumnos.	C. Generales.: 2, 3; C. Específicas: 10, 20, 24; C. Transversales: 4, 5, 6, 9, 11, 15, 18.	1,2
	Preparación de trabajos individuales o en grupos	Preparación del trabajo fuera del aula. Exposición en sesiones por grupos reducidos	C. Generales: 2, 3, 4, 5; C. Específicas: 10, 20, 24 C. Transversales: 1, 3, 4, 5, 6, 8, 11, 13, 15, 18	1,2
	Tutorías individualizadas o en grupos reducidos	Exposición de dudas. Exposición de trabajos.	C. Generales, 4, 5; C. Específicas: 10, 20, 24; C. Transversales: : 1, 3, 4, 5, 6, 8, 11, 13, 15, 18	0,4
	Estudio personal y examen	Lectura previa de bibliografía básica. Estudio de aspectos teóricos. Resolución individual de casos teóricos y prácticos. Realización de cuestionarios	C. Generales: 2, 3, 5; C. Específicas:10, 20, 24; C. Transversales: 3, 4, 13, 15, 18	2
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	Evaluación continua a través del seguimiento del trabajo en el aula Evaluación continua a través del seguimiento de exposición de trabajos Evaluación global del proceso de aprendizaje y la adquisición de competencias y conocimientos Calificación numérica 0 a 10 según legislación vigente.			

**MODULO 5 FORMACIÓN INTEGRADORA**

12 CRÉDITOS ECTS

Curso 4º

El sentido y la práctica del Grado en Comercio entienden las Prácticas Externas como un espacio pedagógico donde se reelabora la experiencia personal y social, donde se construye el conocimiento mediante la interacción, donde se posibilitan los intercambios y se desarrollan habilidades necesarias para la práctica profesional. Se propone un proceso de enseñanza-aprendizaje en el que se conciben las Prácticas Externas como un conjunto de actuaciones en las que se recaba la colaboración del otro (el docente universitario, el compañero, el tutor de la empresa, etc.).

Asimismo, se concibe el Trabajo de Fin de Grado como un contraste de madurez técnica (conocimientos, competencias) y actitudinal, en el que el estudiante deberá poner en valor las habilidades adquiridas a lo largo de sus estudios de Grado.

**Competencias y resultados del aprendizaje**

La realización de las Prácticas Externas y del Trabajo de Fin de Grado deberá verificar que el estudiante adquiere adecuadamente todas las competencias generales y transversales recogidas en el capítulo tercero de la memoria.

Asimismo, deberá evidenciar que el estudiante domina las competencias específicas de la titulación. De acuerdo con las características de cada práctica y trabajo se dará mayor énfasis a determinado rango de competencias específicas.

MATERIA	
FORMACIÓN INTEGRADORA	
12ECTS	
ASIGNATURAS	
Prácticas Externas	Trabajo Fin de Grado

ASIGNATURA: PRÁCTICAS EXTERNAS			
6 ECTS	Curso: 4º	Semestre: 2º	Carácter: OBLIGATORIA
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>La realización de las Prácticas Externas deberá verificar que el estudiante adquiere adecuadamente todas las competencias generales y transversales recogidas en el capítulo tercero de la memoria.</p> <p>Asimismo, deberá evidenciar que el estudiante domina las competencias específicas de la titulación. De acuerdo con las características de cada práctica se dará más énfasis a determinado rango de competencias específicas.</p>		
<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>La asignatura de Prácticas Externas no establece una relación de temas, aunque sí los siguientes puntos que serán abordados durante su desarrollo: Evaluación inicial de expectativas y conocimientos previos, objetivos, finalidad y fases de la práctica, Sentido e importancia de los procesos de observación durante la práctica, Sentido e importancia de los procesos de interacción, evaluación del proceso de la práctica empresarial.</p>		

<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<p>El Desarrollo de prácticas en las empresas incluye la realización de actividades a lo largo del período de asistencia del estudiante a las empresas. Las citadas actividades se estructurarán de manera progresiva, incluyendo un mayor peso de la observación en los momentos iniciales, para encaminarse progresivamente a una mayor participación en las tareas empresariales o en la planificación de procesos y de proyectos.</p> <p>Elaboración de documentos: A lo largo del período de prácticas el estudiante elaborará una memoria que ayudará al desarrollo de las competencias de esta asignatura y constituirán un reflejo del proceso de adquisición de las mismas. Esa memoria será expuesta ante un tribunal una vez finalizada la práctica y en la convocatoria oficialmente establecida.</p> <p>Asimismo tendrán lugar Tutorías individuales (con los tutores asignados en la empresa o en la Universidad)</p>		
	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>
	Tutorías individuales de seguimiento de la práctica	Tutoría individual	
	Realización de la práctica en la empresa asignada	Trabajo autónomo del alumno	
	Elaboración de la Memoria de actividades	Trabajo autónomo del alumno	
	Exposición de la memoria ante un tribunal	Exposición del alumno en presencia del tribunal	
		<b>ECTS</b>	
			1,95
			3
			1
			0,05
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>La evaluación del estudiante tendrá en cuenta:</p> <p>La capacidad de análisis de las características de las empresas y sus distintos departamentos.</p> <p>El desarrollo de un pensamiento crítico que posibilite procesos de reflexión (teoría-práctica) y la toma de decisiones sobre situaciones de enseñanza-aprendizaje.</p> <p>La elaboración de una memoria del período de prácticas en la que se refleje la actuación llevada a cabo y el análisis y la valoración crítica de la misma.</p> <p>Discusión y debate sobre las observaciones y preguntas formuladas por la Comisión Evaluadora.</p> <p>Asimismo se tendrá en cuenta la adquisición por parte del estudiante del conjunto de competencias generales, específicas y transversales que justifican la titulación y la congruencia con su perfil.</p> <p>El resultado de la evaluación se expresará dentro de una escala de 0 a 10 puntos, de acuerdo con la legislación vigente.</p>		

<b>ASIGNATURA: TRABAJO DE FIN DE GRADO</b>			
<b>6 ECTS</b>	<b>Curso: 4º</b>	<b>Semestre: 2º</b>	<b>Carácter: OBLIGATORIA</b>
<b>Competencias que adquiere el estudiante</b>	<p>El Trabajo de Fin de Grado deberá verificar que el estudiante adquiere adecuadamente todas las competencias generales y transversales recogidas en el capítulo tercero de la memoria.</p> <p>Asimismo, deberá evidenciar que el estudiante domina las competencias específicas de la titulación. De acuerdo con los objetivos y contenidos de cada trabajo concreto se dará más énfasis a determinado rango de competencias específicas.</p> <p>Se fomentará que el alumno pueda elaborarlo y defenderlo en alguna de las lenguas extranjeras impartidas en la titulación.</p>		

<b>Breve descripción de sus contenidos</b>	<p>Con el Trabajo de Fin de Grado el alumno deberá demostrar haber conseguido las habilidades necesarias para la elaboración y defensa de un trabajo de investigación o de recopilación utilizando la metodología adecuada.</p> <p>El tema del Trabajo será congruente con el perfil (objetivos y competencias) del Grado en Comercio.</p>			
<b>Actividades formativas con su contenido en créditos ECTS, su metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante</b>	<b>Actividad formativa</b>	<b>Metodología</b>	<b>Competencias relacionadas</b>	<b>ECTS</b>
	Explicación de objetivos, metodología, plazos, fases, ejemplos, fuentes, etc.	Lección magistral	CG1, CG2 CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT9, CT10, CT11, CT12, CT13, CT14, CT15, CT16, CT17, CT18 Específicas: todas	0,2
	Tutorías de apoyo académico, resolución de dudas, revisiones periódicas de los avances	Tutoría individual	CG1, CG2, CG4, CG5 CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT9, CT10, CT11, CT12, CT13, CT14, CT15, CT16, CT17, CT18 Específicas: todas	0,7
	Realización del trabajo de grado	Trabajo autónomo del estudiante	CG1, CG2, CG3, CG5, CG6 CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT9, CT10, CT11, CT12, CT13, CT14, CT15, CT16, CT17, CT18 Específicas: todas	5,0
	Defensa del trabajo	Presentación oral del trabajo	CG4 CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT9, CT10, CT11, CT12, CT13, CT14, CT15, CT16, CT17, CT18 Específicas: todas	0,1
<b>Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y el sistema de calificaciones de acuerdo a la legislación vigente</b>	<p>Se evaluará tanto el contenido como la metodología (exposición del problema, objetivos, hipótesis, estado de la cuestión, metodología, conclusiones y bibliografía), así como la capacidad de exposición oral y escrita.</p> <p>Asimismo se tendrá en cuenta la adquisición por parte del estudiante del conjunto de competencias generales, específicas y transversales que justifican la titulación y la congruencia con su perfil</p> <p>El resultado de la evaluación se expresará dentro de una escala de 0 a 10 puntos, de acuerdo con la legislación vigente.</p>			

## 6. PERSONAL ACADÉMICO

### 6.1. Profesorado y otros recursos humanos disponibles y necesarios para llevar a cabo el plan de estudios propuesto

Para la implantación del nuevo Grado en Comercio, el Centro cuenta con una plantilla de profesorado que tiene una correspondencia con la actual plantilla de los departamentos con docencia en la actualidad. Se considera a priori que este profesorado puede cubrir las necesidades de docencia que surgirán como consecuencia de la implantación de la nueva titulación. Su adecuación a las nuevas necesidades está garantizada por la amplia experiencia docente y su vinculación con la realidad económica. A continuación presentamos un cuadro donde se resume la plantilla disponible de profesorado:

#### RESUMEN PLANTILLA DE PROFESORADO

Categoría académica	Nº	Vinculación con la universidad	Dedicación		Doctor	Quinquenios	Sexenios
			Total	Parcial			
Catedrático de Universidad	3	Funcionario	3		3	18	4
Catedrático de Escuela Universitaria	4	Funcionario	4		3	24	0
Profesor Titular de universidad	15	Funcionario	15		15	64	4
Prof. Titular de Escuela universitaria	19	Funcionario	19		1	79	0
Profesor Contratado Doctor	7	Contratado	7		7	16	5
Profesor asociado parcial 3 horas	6	Contratado		6	0	0	0
Profesor asociado parcial 4 horas	5	Contratado		5	0	0	0
Profesor asociado parcial 6 horas	2	Contratado		2	0	0	0
Profesor Contratado Interino de sustitución	1	Contratado	1		1	0	0
Profesor Contratado Interino de sustitución	1	Contratado		1	0	0	0
Conferenciante Invitado	3	Contratado		3	1	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>		<b>48</b>	<b>18</b>	<b>31</b>	<b>201</b>	<b>13</b>

Con el objetivo de facilitar una mayor información, presentamos la información anterior a través del siguiente cuadro desagregado en donde la experiencia se refleja en términos de reconocimiento de quinquenios, lo que supone que esa información está expresada en términos "mínimos". En el caso de los profesores asociados, al no existir una continuidad en el tiempo en muchos casos, su experiencia docente se ha considerado nula, si bien esto solo ocurre en contadas ocasiones.

#### Personal académico disponible

Categoría académica	Experiencia	Tipo de vinculación con la universidad	Adecuación a los ámbitos de conocimiento
Conferenciante Invitado	0	Contratado	derecho del trabajo y de la s. social

<b>Categoría académica</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Tipo de vinculación con la universidad</b>	<b>Adecuación a los ámbitos de conocimiento</b>
Conferenciante Invitado	0	Contratado	derecho financiero y tributario
Conferenciante Invitado	0	Contratado	historia e instituciones económicas
contratado doctor a tiempo completo	10	Contratado	organización de empresas
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	30	Funcionario	historia e instituciones económicas
CATEDRÁTICO/A DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	30	Funcionario	economía financiera y contabilidad
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	15	Funcionario	lenguajes y sistemas informáticos
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	30	Funcionario	economía aplicada
ASOCIADO/A TIPO 3 PARCIAL DE 3 HORAS	0	Contratado	economía financiera y contabilidad
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	25	Funcionario	comercialización e invest. de mercados
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	25	Funcionario	economía aplicada
ASOCIADO/A TIPO 3 PARCIAL DE 4 HORAS	0	Contratado	organización de empresas
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	10	Funcionario	lenguajes y sistemas informáticos
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	20	Funcionario	historia e instituciones económicas
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	25	Funcionario	organización de empresas
CATEDRÁTICO/A DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	30	Funcionario	organización de empresas
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	20	Funcionario	economía aplicada
ASOCIADO/A TIPO 3 PARCIAL DE 6 HORAS	0	Contratado	organización de empresas
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	15	Funcionario	historia e instituciones económicas
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	20	Funcionario	estadística e investigación operativa
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	20	Funcionario	economía aplicada
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	30	Funcionario	economía financiera y contabilidad

<b>Categoría académica</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Tipo de vinculación con la universidad</b>	<b>Adecuación a los ámbitos de conocimiento</b>
CATEDRÁTICO/A DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	35	Funcionario	estadística e investigación operativa
ASOCIADO/A TIPO 3 PARCIAL DE 4 HORAS	0	Contratado	comercialización e invest. de mercados
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	30	Funcionario	economía aplicada
CATEDRÁTICO/A DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	30	Funcionario	estadística e investigación operativa
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	20	Funcionario	sociología
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	20	Funcionario	derecho mercantil
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	20	Funcionario	organización de empresas
ASOCIADO/A TIPO 3 PARCIAL DE 3 HORAS	0	Contratado	economía financiera y contabilidad
CATEDRÁTICO/A DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	30	Funcionario	tecnología electrónica
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	25	Funcionario	sociología
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	25	Funcionario	derecho del trabajo y de la s. social
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	25	Funcionario	economía financiera y contabilidad
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	15	Funcionario	economía financiera y contabilidad
CATEDRÁTICO/A DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	30	Funcionario	economía aplicada
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	20	Funcionario	economía financiera y contabilidad
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	15	Funcionario	economía financiera y contabilidad
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	25	Funcionario	comercialización e invest. de mercados
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	20	Funcionario	economía financiera y contabilidad
ASOCIADO/A TIPO 3 PARCIAL DE 3 HORAS	0	Contratado	economía financiera y contabilidad
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	20	Funcionario	fundamentos del análisis económico

<b>Categoría académica</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Tipo de vinculación con la universidad</b>	<b>Adecuación a los ámbitos de conocimiento</b>
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	25	Funcionario	economía financiera y contabilidad
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	20	Funcionario	economía financiera y contabilidad
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	20	Funcionario	economía financiera y contabilidad
CONTRATADO DOCTOR A TIEMPO COMPLETO	15	Contratado	filología inglesa
CONTRATADO DOCTOR A TIEMPO COMPLETO	10	Contratado	filología francesa
ASOCIADO/A TIPO 3 PARCIAL DE 3 HORAS	0	Contratado	organización de empresas
CONTRATADO DOCTOR A TIEMPO COMPLETO	15	Contratado	organización de empresas
ASOCIADO/A TIPO 3 PARCIAL DE 4 HORAS	0	Contratado	derecho financiero y tributario
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	15	Funcionario	economía financiera y contabilidad
ASOCIADO/A TIPO 3 PARCIAL DE 3 HORAS	0	Contratado	derecho financiero y tributario
CONTRATADO DOCTOR A TIEMPO COMPLETO	10	Contratado	filología inglesa
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	15	Funcionario	economía aplicada
ASOCIADO/A TIPO 3 PARCIAL DE 4 HORAS	0	Contratado	derecho financiero y tributario
ASOCIADO/A TIPO 3 PARCIAL DE 4 HORAS	0	Contratado	economía financiera y contabilidad
ASOCIADO/A TIPO 3 PARCIAL DE 6 HORAS	0	Contratado	organización de empresas
CONTRATADO INTERINO DE SUSTITUCIÓN A TIEMPO COMPLETO	0	Contratado	filología inglesa
CONTRATADO INTERINO DE SUSTITUCIÓN 6 HORAS	0	Contratado	organización de empresas
CONTRATADO DOCTOR A TIEMPO COMPLETO	5	Contratado	comercialización e invest. de mercados
TITULAR DE UNIVERSIDAD A TIEMPO COMPLETO	30	Funcionario	filología francesa
CATEDRÁTICO/A DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	25	Funcionario	fundamentos del análisis económico

Categoría académica	Experiencia	Tipo de vinculación con la universidad	Adecuación a los ámbitos de conocimiento
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	15	Funcionario	historia e instituciones económicas
TITULAR DE ESCUELA A TIEMPO COMPLETO	10	Funcionario	economía financiera y contabilidad
CONTRATADO DOCTOR A TIEMPO COMPLETO	15	Contratado	filología alemana
ASOCIADO/A TIPO 3 PARCIAL DE 3 HORAS	0	Contratado	economía financiera y contabilidad

### Otros recursos humanos disponibles

<b>PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN</b>	
ADMINISTRADOR DE CENTRO	Compartido con otro centro
ASUNTOS ECONÓMICOS	1 responsable de asuntos económicos 1 administrativo
NEGOCIADO DE ALUMNOS	1 jefe de administración 3 administrativos
SECRETARIA DE DIRECCIÓN	1 secretaria de dirección
<b>PERSONAL DE SERVICIOS</b>	
PERSONAL DE SERVICIOS GENERALES	1 Técnico Especialista en Servicios Generales 4 Auxiliares Técnicos en Servicios Generales
<b>PERSONAL DE BIBLIOTECA</b>	
BIBLIOTECA	1 Directora 6 Técnicos Especialistas en Biblioteca
<b>PERSONAL DE APOYO</b>	
BECARIOS PARA LAS AULAS DE INFORMÁTICA	4
<b>OTRO PERSONAL</b>	
A través de los contratos con empresas, el Centro cuenta con persal para atender los servicios de: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ LIMPIEZA</li> <li>▪ REPROGRAFÍA</li> <li>▪ CAFETERÍA</li> <li>▪ VIGILANCIA</li> </ul>	

### PREVISIÓN DE PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS NECESARIOS

#### Profesorado:

Considerando la carga docente actual y las necesidades de la futura titulación, estimamos que no es previsible que se precisen nuevos contratos para la implantación del Grado en Comercio. Las necesidades puntuales que puedan surgir

como consecuencia de algún tipo de contingencia puntual como exenciones de docencia, bajas, permisos, etc. se solventarán según lo previsto en la normativa de la Universidad de Vigo.

### **Personal de Administración y Servicios:**

Por otra parte, el personal de administración y servicios disponible en la actualidad se considera suficiente para cubrir las necesidades de la nueva titulación y su grado de adecuación se mantiene considerando que las tareas a realizar son similares a las que realizan actualmente.

### **Otro personal**

El trabajo que desarrolla en el Centro otro personal vinculado a la Universidad a través de empresas contratadas para la prestación de servicios como limpieza, reprografía, cafetería y vigilancia se considera suficiente y por lo tanto no será necesaria la ampliación de contrato con las empresas que prestan estos servicios.

### **Mecanismos de que se dispone para asegurar que la contratación del profesorado se realizará atendiendo a los criterios de igualdad entre hombres y mujeres y de no discriminación de personas con discapacidad.**

Las competencias de contratación del profesorado recaen en los departamentos y en la Comisión de Organización Académica y Profesorado dependiente del Rectorado de la Universidad. Se rige por el Reglamento de Profesorado de la Universidad de Vigo ([http://webs.uvigo.es/sxeralweb/images/normativa/persoal\\_docente\\_e\\_investigador/regulamento\\_profesorado.pdf](http://webs.uvigo.es/sxeralweb/images/normativa/persoal_docente_e_investigador/regulamento_profesorado.pdf)) inspirado en los principios constitucionales de mérito y capacidad, así como el respeto a los derechos de igualdad entre hombres y mujeres y de no discriminación de personas con discapacidad.

En la actualidad la Universidad de Vigo está en proceso de elaborar su propia normativa para garantizar, en la contratación de profesorado, la igualdad entre mujeres y hombres y la no discriminación de personas con discapacidad, de acuerdo con la legislación vigente. No obstante, es de aplicación el artículo 8 del RD 1313/2007, de 5 de octubre, por el que se regula el régimen de los concursos de acceso a cuerpos docentes universitarios, donde queda constancia de garantizar la igualdad de oportunidades de los aspirantes, el respeto a los principios de mérito y capacidad, de igualdad entre mujeres y hombres, así como la adaptación a las necesidades de personas con discapacidad.

## **6.2. ADECUACIÓN DEL PROFESORADO Y PERSONAL DE APOYO AL PLAN DE ESTUDIOS**

### **1. Justificación de los recursos humanos disponibles.**

Consideramos que la mayor parte del profesorado disponible para hacerse cargo de la docencia en la nueva titulación, tiene una experiencia docente muy amplia lo que permite su fácil adaptación a la nueva titulación. Además, el profesorado de la Escuela viene obteniendo asiduamente buenos resultados en las encuestas de evaluación docente que anualmente se realizan a los estudiantes de la actual titulación.

A todo ello debemos añadir que una parte importante del profesorado tiene experiencia y conocimiento a fondo de empresas, organismos e instituciones que constituirán el mercado laboral de los futuros graduados. Este conocimiento puede ser por vinculación directa con el mundo laboral, bien a través de experiencias laborales simultáneas con la docencia universitaria, bien en el desempeño de su labor profesional anterior a su vinculación a la Universidad o, como en el caso de los profesores asociados, simultaneando ésta con la docencia actual.

Otra forma de vinculación con el ámbito empresarial es a través de convenios y contratos de investigación de aplicación directa a las organizaciones. En los últimos años se han venido impartido en el Centro y dirigidos a profesionales el Master en Gestión de Empresas de Automoción, el Programa Superior de Formación en Internacionalización de Empresas, o el Master en Comercio Internacional, lo que supone una forma más de vinculación del profesorado con las empresas del entorno.

Además, desde la Escuela de Empresariales se vienen ofreciendo prácticas de empresa a los alumnos desde el año 1988, primero con carácter voluntario y, desde la aprobación del plan de estudios de 1995, con carácter obligatorio. Ello supone la necesidad de que los profesores tutores de estas prácticas mantengan una estrecha colaboración con las organizaciones que dan acogida a los alumnos con el fin de que su primer contacto con el ámbito laboral resulte provechoso.

### **PORCENTAJE DEL TOTAL DE PROFESORADO QUE SON DOCTORES**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
--	-------------------	-------------------

DOCTORES	31	47%
NO DOCTORES	35	53%
<b>TOTAL</b>	66	100%

Como ya se indicó anteriormente, el porcentaje de profesores doctores que se refleja en la tabla anterior contempla la totalidad de profesores con docencia en la Diplomatura. Hay que considerar que una buena parte de este profesorado tiene la categoría de asociado y, por lo tanto, para su contratación prima el desempeño de su labor profesional.

### CATEGORÍAS ACADÉMICAS

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CATEDRÁTICO/AS DE UNIVERSIDAD	3	4,5%
TITULARES DE UNIVERSIDAD	15	22,7%
CATEDRÁTICOS/AS DE ESCUELA UNIVERSITARIA	4	6,1%
TITULARES DE ESCUELA UNIVERSITARIA	19	28,8%
CONTRATADOS DOCTORES	7	10,6%
ASOCIADOS	13	19,7%
CONTRATADOS INTERINOS	2	3,0%
CONFERENCIANTE INVITADO	3	4,5%
<b>TOTAL</b>	66	100%

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
PROFESORES CON DEDICACIÓN A TIEMPO COMPLETO	49	74,2%	
PROFESORES A TIEMPO PARCIAL	ASO T3-P3	6	9,1%
	ASO T3-P4	5	7,6%
	ASO T3-P5	0	0%
	ASO T3-P6	2	3,0%
PROFESORES A TIEMPO PARCIAL	4	6,1%	
<b>TOTAL</b>	66	100%	

### EXPERIENCIA DOCENTE

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE 5 AÑOS	18	27,3
ENTRE 5 Y 10 AÑOS	5	7,6
MÁS DE 10 AÑOS	43	65,2
<b>TOTAL</b>	66	100

Como se puede observar, la experiencia docente es amplia y los profesores que superan los 25 años de experiencia suponen algo más del 30% de la plantilla total. Además, hay que tener en cuenta que los profesores asociados han sido considerados con una experiencia inferior a 5 años ya que su vinculación a la Universidad no siempre es continuada. Además hay que tener en cuenta que los profesores asociados han sido considerados con una experiencia de 0 años debido a las características peculiares de su vinculación a la Universidad con contratos renovables anualmente y computando solo el año actual. Los 13 profesores asociados vinculados a los ámbitos de conocimiento: Economía Financiera y Contabilidad (5), Organización de Empresas (4) Comercialización e Investigación de Mercados (1) y Derecho Financiero y Tributario (3) tiene en su mayoría una amplia trayectoria docente a la que hay que sumar su experiencia profesional y su visión práctica de las materias que se les encargan. Los Conferenciantes invitados (3) y los profesores contratados interinos de sustitución (2) tienen su justificación para cubrir vacantes que surgen puntualmente y que no tienen continuidad en el tiempo.

### QUINQUENIOS DOCENTES

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 2	19	28,8%
Entre 2 y 5	36	54,5%
Más de 5	11	16,7%
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

### EXPERIENCIA INVESTIGADORA

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Profesores con sexenios	9	13,6%
Profesores sin sexenios	57	86,4%
NS/NC		
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

La experiencia investigadora que se recoge en el cuadro anterior, solo pone de manifiesto la labor reconocida a través del reconocimiento de sexenios lo que puede llevar a pensar que el resto del profesorado no realiza labor de investigación. Ello no es así, ya que la práctica totalidad del profesorado con dedicación completa a la universidad, desarrolla tareas investigadoras de distinto tipo, o se encuentra realizando su tesis doctoral, aproximadamente el 25% del total de profesores no doctores.

### Experiencia profesional diferente a la académica o investigadora.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE 5 AÑOS	1	3,0%
ENTRE 5 Y 10 AÑOS	6	18,1 %
MÁS DE 10 AÑOS	26	78,9%
NS/NC	0	
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

La vinculación del profesorado con el entorno económico es amplio como se puede observar en el cuadro anterior en el que el cincuenta por ciento del personal docente tiene o ha tenido vinculación con empresas, organismos e instituciones desarrollando tareas no vinculadas con la docencia y la investigación.

## 2. Procedimiento para garantizar la formación del profesorado.

La docencia de calidad demanda una adecuada preparación, con una actualización constante y una formación permanente. Una de las maneras de conseguirlo es por medio de los programas de formación del profesorado universitario que ofrezca la oportunidad de adquirir la competencia necesaria para un ejercicio profesional más eficiente y satisfactorio. Para ello, la Universidad de Vigo, a través del Vicerrectorado de Formación e Innovación Educativa, ponen en marcha las siguientes acciones:

- a. *Programa de Formación Permanente del Profesorado:* El principal objetivo de este programa es promover la actualización en aspectos didácticos y pedagógicos del personal docente e investigador, proporcionando la preparación necesaria en aquellos aspectos que atañen a la planificación, desarrollo y evaluación del proceso de enseñanza-aprendizaje e integración de las nuevas tecnologías en la enseñanza. Para facilitar la participación del profesorado en estos cursos se ha realizado una doble oferta, por una parte una convocatoria oficial con cursos ya organizados, y una convocatoria de cursos “a demanda”.
- b. *Programa de Formación del Profesorado Novel:* El Vicerrectorado de Formación e Innovación Educativa promueve este programa de Formación dirigido a los nuevos profesores e profesoras de la Universidad de Vigo con reducida o ninguna experiencia previa de enseñanza en la universidad. Sus finalidades son: dar a conocer el contexto institucional docente, investigador y de gestión de la Universidad de Vigo, desarrollar actitudes y comportamientos positivos frente a la docencia universitaria y aprender a planificar la enseñanza en el ámbito universitario.

## 7. RECURSOS, MATERIALES Y SERVICIOS

### Disponibilidad y adecuación de recursos materiales y servicios

#### 7.1. Justificación

Actualmente la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo cuenta con recursos materiales y servicios adecuados y suficientes para el desarrollo de las actividades formativas planificadas. El conjunto de medios vinculados con la actividad docente se detalla seguidamente.

Además, existen una serie de rutinas orientadas a garantizar el mantenimiento de los mismos para que desempeñen de forma sostenida en el tiempo la función para la que están previstos. Con ese fin se actúa en colaboración directa con la Unidad Técnica de la Universidad de Vigo.

Adicionalmente, las instalaciones cumplen con los requisitos de accesibilidad que marca la normativa vigente. Regularmente se evalúa la accesibilidad de los mismos para personas discapacitadas y todos los años se revisan y se subsanan las posibles incidencias al respecto en colaboración con el Vicerrectorado correspondiente y la mencionada Unidad Técnica.

#### MEDIOS DISPONIBLES

1. **Aulas para la docencia.** Se cuenta con un total de 10 aulas normales. A continuación ofrecemos información detallada.

Nº de aula	Capacidad	Ordenador	Videoprojector	Otros
Aula 01	160	No	Si	Retroprojector
Aula 21	180	Si	Si	Retroprojector
Aula 31	155	Si	Si	Retroprojector
Aula 32	170	Si	Si	Retroprojector
Aula 33	33	Si	Si	Retroprojector
Aula 34	45	No	Si	Retroprojector
Aula 201	70	No	Si	Retroprojector
Aula 202	70	No	Si	Retroprojector
Aula 203	70	No	Si	Retroprojector
Aula 204	75	No	Si	Retroprojector
Seminario 16	15	SI	NO	Retroprojector
Seminario 35	24	No	No	Retroprojector
Seminario 303	20	No	No	Retroprojector
Seminario 304	20	No	No	Retroprojector

#### Sala ad hoc

Descripción	Mesas	Puestos	Dotación
Diseñada para facilitar la realización de trabajos en grupo por parte de los alumnos.	8	6 por mesa	WiFi Encerado

**Aulas de informática.**

El Centro cuenta con las siguientes:

<b>Sala de ordenadores 1</b>	
<b>Unidades</b>	<b>Descripción</b>
25	Puestos de alumno compuestos cada uno por un ordenador completo.
1	Puesto de profesor compuesto por un ordenador completo.
1	Proyector conectado al puesto del profesor.
1	Pantalla
1	Impresora, accesible desde todos los puestos de la sala.
	Infraestructura de red para conectar todos los puestos entre ellos y con la impresora, además de dar acceso a la red interna de la Universidad como a Internet.
<b>Sala de ordenadores 2</b>	
<b>Unidades</b>	<b>Descripción</b>
23	Puestos de alumno compuestos cada uno por un ordenador completo.
1	Puesto de profesor compuesto por un ordenador completo.
1	Proyector conectado al puesto del profesor.
1	Pantalla
1	Impresora, accesible desde todos los puestos de la sala.
	Infraestructura de red para conectar todos los puestos entre ellos y con la impresora, además de dar acceso a la red interna de la Universidad como a Internet.
<b>Sala de ordenadores 3 (Uso libre)</b>	
<b>Unidades</b>	<b>Descripción</b>
29	Puestos de alumno compuestos cada uno por un ordenador completo.
1	Puesto de controlador compuesto por un ordenador completo.
1	Puesto de control de acceso al aula
2	Impresoras, accesibles desde todos los puestos de la sala.
	Infraestructura de red para conectar todos los puestos entre ellos y con la impresora, además de dar acceso a la red interna de la Universidad como a Internet.
<b>Audiovisuales 1</b>	
<b>Unidades</b>	<b>Descripción</b>
1	Puesto de profesor compuesto por un ordenador completo.
1	Proyector conectado al puesto del profesor.
1	Encerado electrónico, conectado al ordenador de profesor

1	Televisor con DVD
	Infraestructura de red para conectar el puesto del profesor a la red interna de la Universidad y a Internet.
<b>Audiovisuales 2</b>	
<b>Unidades</b>	<b>Descripción</b>
1	Puesto de profesor compuesto por un ordenador completo.
1	Proyector conectado.
1	Pantalla
1	Equipo de sonido.
1	Equipo de video
1	Equipo de DVD
1	Cámara grabadora de video.
	Infraestructura de red para conectar el puesto del profesor a la red interna de la Universidad y a Internet.  Todo el equipamiento de esta sala se encuentra interconectado.  Capacidad para 45 alumnos.
<b>Equipamiento informático complementario</b>	
<b>Unidades</b>	<b>Descripción</b>
6	Ordenadores portátiles
2	Proyectores de video
1	Tablero electrónico de información para temas puntuales y de actualidad
	Todos los locales y áreas comunes de la Escuela cuentan con una red WiFi, a la que tienen acceso todos los alumnos de la Universidad, así como todo el personal que trabaja en ella.  Se facilita el uso de ordenadores portátiles de los alumnos con enchufes de corriente eléctrica en los puestos de estudio.
	Página web propia

### Laboratorios de idiomas.

Las asignaturas de idiomas (inglés, francés y alemán) se ofrecen a los alumnos como elemento relevante y diferenciador de nuestro plan de estudios, para lo cual se usarán (inicialmente) dos aulas acondicionadas. Las condiciones de las actuales aulas son:

Laboratorios	Capacidad	Dotaciones
Edificio Histórico	25 alumnos	Televisión Mesa central del profesor: Reproductor cintas (4 pletinas) Reproductor DVD

		Reproductor VHS Ordenador Central Control de puestos de alumnos Grabación Audio (grabador digital) Grabación Video (cámara incorporada)
Edificio Anexo	26 alumnos	13 ordenadores independientes de alumnos. Televisión Mesa central del profesor: Reproductor cintas (4 pletinas) Reproductor DVD Reproductor VHS Ordenador Central Control de puestos de alumnos Grabación Audio (grabador digital) Grabación Video (cámara incorporada)

### Sala de lectura.

Amplio espacio habilitado para el estudio y la lectura por parte de los alumnos, con 104 puestos de lectura distribuidos en 13 mesas dotadas con iluminación directa.

### Biblioteca.

La Biblioteca de la E.U.E. Empresariales, está compartida con otro Centro con numerosos fondos vinculados al ámbito económico-empresarial. Forma parte del Servicio de Bibliotecas de la Universidad de Vigo, por tanto los usuarios pueden acceder a todos los servicios que la Biblioteca Universitaria ofrece. Las características más relevantes son las siguientes:

#### INSTALACIONES:

- 800 m<sup>2</sup>
- 315 puestos de lectura en sala y 2 puestos de hemeroteca

#### MEDIOS DE USO EXTERNO:

- 2 ordenadores para la visualización de proyectos fin de carrera
- 2 ordenadores para la búsqueda y consulta del catálogo de biblioteca
- 2 ordenadores para búsquedas en Internet y bases de datos
- 2 fotocopiadoras
- Zona de lectura de prensa diaria
- Zona de lectura de revistas especializadas

#### MEDIOS DE USO INTERNO:

- 5 ordenadores
- 1 escaner
- 1 fotocopiadora
- 3 impresoras
- 1 desmagnetizador
- 1 arco antihurto

#### RECURSOS DOCUMENTALES:

- 43.794 volúmenes
- 489 títulos de revistas
- 2.069 volúmenes de CDs
- 196 volúmenes de vídeos
- publicaciones oficiales: DOG y Aranzadi

- f. BEO consulta via web
- g. La Gaceta de los Negocios y Expansión Faro de Vigo, La Voz de Galicia, El País,

#### SERVICIOS QUE OFRECE

- Acceso a los espacios y equipamientos, de lunes a viernes en horario interrumpido y en época de exámenes también apertura nocturna y fines de semana.
- Acceso a la información:
  - I. Información general
  - II. Acceso al catálogo y a las bases de datos suscritas por la Universidad de Vigo que contienen referencias bibliográficas y textos.
- Acceso al documento:
  - I. Consulta en sala
  - II. Préstamo domiciliario
  - III. Préstamo interbibliotecario
  - IV. Acceso a los recursos electrónicos disponibles
- Formación de usuarios.

#### Salón de Actos.

Dispone de televisión, vídeo proyector y retroproyector, pantalla, equipo multimedia y megafonía. Tiene una capacidad para 143 personas.

#### Sala de Reuniones.

Con una capacidad para 24 personas, dotada de una mesa central grande, 2 mesas auxiliares, expositor de prensa y revistas.

#### Despachos de dirección, profesorado y salas de reuniones.

ZONA DE DIRECCIÓN	Puntos de Red	Ordenadores	Impresoras	OTROS
Dirección	1	1	1	
Secretaría Dirección	1	1	1	1fax 1 escáner 1 fotocopidora
Subdirección de Relaciones Internacionales	1	1	1	
Subdirección de Organización Académica	1	1	1	
Subdirección de Relaciones Empresariales	1	1	1	
Secretaría General del Centro	1	1	1	

DESPACHOS PROFESORES	Puntos de Red por despacho	Ordenadores por despacho	Impresoras por despacho	OTROS
10 dobles	2	2	2	Escaner, lectora óptica y otro equipamiento
29 individuales	1	1	1	
5 colectivos	4	4	4	

### Otros. En el Centro existen, además, una serie de dependencias que se indican a continuación:

- SECRETARÍA ADMINISTRATIVA
- CONSERJERÍA
- DELEGACIÓN DE ALUMNOS
- SERVICIO DE REPROGRAFÍA
- CAFETERÍA
- ASOCIACIÓN AULAS ABERTAS
- SEDE CLUB MARAVEDÍ
- SEDE DE ECONOMÍA SOCIAL

Además existen una serie de rutinas orientadas a garantizar el mantenimiento de los mismos para que desempeñen de forma sostenida en el tiempo la función para la que están previstos. Con ese fin se arbitran procedimientos específicos en el SIGC (PA07 y PA08), actuándose en colaboración directa con la Unidad Técnica de la Universidad de Vigo.

Asimismo, las instalaciones cumplen los requisitos de accesibilidad que marca la normativa vigente. Regularmente se evalúa la accesibilidad de los mismos para personas discapacitadas y todos los años se revisan t se subsanan las posibles incidencias al respecto, en colaboración con el correspondiente Vicerrectorado y la Unidad Técnica ya citada.

### Dotación de los centros para el desarrollo de las prácticas externas.

Como se describe en la presente memoria, las Prácticas Externas del Grado se desarrollan en instituciones públicas y privadas, relacionadas con los objetivos y desarrollo competencial de la titulación. Estas instituciones ponen a disposición de la Universidad los centros dependientes de estas instituciones, y están dotadas de equipos de trabajo, infraestructuras y material que garanticen el desarrollo de unas prácticas formativas de calidad para los estudiantes de la titulación.

Los organismos, instituciones y empresas, con los que la Universidad de Vigo ha firmado convenio de colaboración para realizar prácticas empresas, y donde los alumnos de esta titulación desarrollan las mismas, son organismos que cumplen los siguientes requisitos:

- Que dispongan de los medios materiales y recursos humanos suficientes para el desarrollo de las competencias descritas en la titulación.
- Que dispongan de un tutor de empresa que guíe y apoye al alumno en prácticas dentro de la organización.
- Que cumpla el plan de formación en práctica descrito en los convenios específicos para la realización de cada una de las prácticas concretas.
- Que facilite el trabajo del tutor académico que supervisará el cumplimiento del programa de prácticas y el desarrollo de las competencias descritas.
- Que asuma y supere favorablemente el sistema de garantía de calidad de las prácticas externas descrito en el propio Sistema de Garantía de Calidad de las Titulaciones.

Por tanto, todos y cada uno de los organismos firmantes de convenios de prácticas con la Universidad de Vigo están sometidos al control establecido y ponen a su disposición los recursos materiales y humanos necesarios para el desarrollo adecuado de los planes de prácticas establecidos.

## 7.2. Previsión

La Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo dispone del equipamiento material suficiente y adecuado para la impartición de la formación de su responsabilidad, en concreto del nuevo Grado. No se prevén por tanto necesidades de recursos materiales para su implantación.

En su defecto, el sistema de previsión, petición y compra de equipamiento, así como el plan directriz de edificación, establecen los planes de compra y adecuación que permitan cubrir las necesidades que se detecten en el futuro.

## 8. RESULTADOS PREVISTOS

### 8.1. Valores cuantitativos estimados para los siguientes indicadores y su justificación.

De acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 1393/2007 sobre ordenación de las enseñanzas universitarias en España, presentamos los indicadores históricos relativos a la tasa de graduación, tasa de abandono y tasa de eficiencia de la Diplomatura en Ciencias Empresariales, así como la estimación de esos indicadores para la titulación propuesta.

### 8.1.1. Justificación de los indicadores

#### Tasa de graduación:

Porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios o en un año académico más en relación a su cohorte de entrada.

Diplomatura en Ciencias Empresariales							
	Curso 2001/2002	Curso 2002/2003	Curso 2003/2004	Curso 2004/2005	Curso 2005/2006	Curso 2006/2007	Curso 2007/2008
<b>Tasa de graduación</b>	11,81%	15,35%	15,66%	7,69%	--	--	---

#### Tasa de abandono:

Relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron obtener el título el año académico anterior y que no se han matriculado ni en ese año académico ni en el anterior.

Diplomatura en Ciencias Empresariales				
	Curso 2003/2004	Curso 2004/2005	Curso 2005/2006	Curso 2006/2007
<b>Tasa de abandono</b>	25,46%	27,39%	35,86%	34,62%

#### Tasa de eficiencia:

Relación porcentual entre el número total de créditos teóricos del plan de estudios a los que debieron haberse matriculado a lo largo de sus estudios el conjunto de estudiantes graduados en un determinado curso académico y el número total de créditos en los que realmente han tenido que matricularse.

Diplomatura en Ciencias Empresariales				
	Curso 2003/2004	Curso 2004/2005	Curso 2005/2006	Curso 2006/2007
<b>Tasa de eficiencia</b>	96,48%	85,49%	72,72%	67,87%

Los cursos académicos elegidos son los correspondientes al último plan de estudios para la Diplomatura. En los últimos cursos se observa un notable descenso, aunque hemos de considerar que existe una circunstancia que puede matizar esta situación. Estos estudios facilitan la inserción laboral anterior a la finalización de los mismos, además las prácticas externas obligatorias son el origen de una relación contractual en un elevado porcentaje de casos, esto ralentiza la culminación de los estudios.

#### VALORES ESTIMADOS PARA LOS INDICADORES

Apoyándonos en los datos que figuran en los cuadros anteriores relativos a la actual Diplomatura en Ciencias Empresariales y esperando que el modelo de enseñanza-aprendizaje propuesto para su aplicación en el nuevo Grado en Comercio suponga una mejora, las estimaciones para los próximos cursos académicos mejoran los indicadores actuales

	Valor cuantitativo estimado
Tasa de graduación	En torno al 45-50%
Tasa de abandono	Inferior al 20%
Tasa de eficiencia	En torno al 85%

Aunque algunas de las tasas puedan parecer bastante ambiciosas, consideramos que quedan justificadas con las consideraciones que exponemos a continuación:

- El número de alumnos que forman los grupos de clase serán más reducidos que los actuales, lo que permite trabajar de forma más directa y prestar mayor atención individual. La ratio alumno/profesor será mucho más adecuada.

- La utilización de un sistema de evaluación continua permite realizar una valoración del nivel de aprendizaje de los alumnos durante su período de formación.
- El profesorado pasa a desarrollar un papel más activo en el proceso de aprendizaje de los estudiantes al darle un mayor peso a la labor tutorial.
- Los estudiantes pasan a desempeñar un papel más activo al verse incrementado el tiempo que tienen que destinar a trabajos tutelados y clases prácticas.
- La realización del Trabajo Fin de Grado aporta la adquisición de competencias y habilidades relacionadas con el desempeño de los perfiles profesionales.

## 8.2. Progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes.

La permanente preocupación por mejorar la calidad y equidad de la educación ha llevado a la Escuela de Estudios Empresariales de Vigo a pensar en nuevas formas de apoyo al trabajo pedagógico de docentes en la perspectiva de promover el mejoramiento de los aprendizajes del alumnado. En este esfuerzo la Escuela ha decidido fortalecer aquellos aspectos de la implementación curricular que se relacionan con la recolección de evidencia sobre el aprendizaje de los estudiantes, entendiendo que una pedagogía más efectiva se nutre de la información disponible y actualizada sobre el nivel de aprendizaje del alumnado.

En esta línea, se proponen unos criterios que el Centro tomará como referente para definir, elaborar e implantar un procedimiento para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes. Los criterios se plantean a dos niveles. Un primer nivel de análisis cuya misión sería valorar el progreso académico de los alumnos desde una perspectiva global y en el seno del curso académico a través del análisis de resultados. En este sentido la Escuela está diseñando el proceso de análisis de resultados de formación dentro del Modelo interno de aseguramiento de la Calidad Docente, en el cual se definen los objetivos del proceso, las fases, los agentes implicados y los indicadores que se analizarán.

Se promueve así el análisis transversal y global que requiere un modelo docente centrado en el alumno y definido en clave de competencias; los responsables de velar por este proceso serán el equipo docente del curso, los tutores académicos y los coordinadores de curso y titulación, así como estudiantado y personal de administración y servicios, responsables de la gestión de la planificación docente.

Proponemos también un segundo nivel de análisis, cuya misión sería evaluar la adecuación de la titulación a la demanda profesional y científica de la sociedad. Los responsables de esta acción serían el equipo docente, tutores, personal de administración y servicios, alumnado y asesores/tutores externos de la titulación. Debe destacarse la importancia de los tutores de prácticas externas y los docentes implicados en el acompañamiento de los Trabajos Fin de Grado y de las Prácticas Externas. Dado el aspecto profesional, ambos se convierten en informantes claves para conferir sentido a la definición del Perfil y Competencias de la titulación, y a mantener actualizado el programa y la oferta de materias acorde con las necesidades sociales, profesionales y científicas.

Ambas iniciativas son elementos fundamentales del sistema de garantía de calidad de la titulación, donde se definen los mecanismos de recogida de información y constatación de resultados más allá del rendimiento académico. Se prevé que la Comisión de Calidad del Título establezca periódicamente planes de mejora a través de la *Evaluación de los Aprendizajes* y del *Análisis y medición de resultados académicos*, que establecen los mecanismos para evaluar el progreso y medir los resultados del aprendizaje. También es importante el procedimiento de *Gestión de la inserción laboral*.

También es necesario tener en cuenta que, tal y como se ha diseñado esta oferta formativa, el Proyecto Fin de Grado y las Prácticas Externas que el estudiante ha de realizar deben servir para valorar interna y externamente los resultados del aprendizaje alcanzados durante el proceso formativo.

En definitiva, el procedimiento clave PC07 (Evaluación de los aprendizajes) y el PC12 (Análisis y medición de resultados académicos) establecen los mecanismos necesarios para evaluar el progreso y medir los resultados del aprendizaje. También se podría utilizar el procedimiento PC11 (Gestión de la inserción laboral).

### Sistema de calificación de las evaluaciones del Grado

Se procederá según lo dispuesto en el Real Decreto 1044/2003, de 1 de agosto, por el que se establece el procedimiento para la expedición por las universidades del Suplemento Europeo al Título.

## 9. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD

### 9.1. Presentación

La E.U. de Estudios Empresariales participa en la segunda convocatoria del Programa FIDES-AUDIT, actualmente en fase de diseño.

El Sistema de Garantía Interna de Calidad del Centro, adaptado a partir del Documento-Marco elaborado por el Área de Calidad, se aprobó el de 11 de Junio de 2009 en Comisión Permanente.

En este momento la Comisión de Garantía Interna de Calidad se encuentra a expensas de la recepción del informe de evaluación por parte de las comisiones evaluadores de ANECA y ACSUG.

A continuación se detalla cada uno de los puntos establecidos en el Apartado 9. (Sistemas de Garantía de Calidad) del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, aportando el diagrama de flujo de los procedimientos implicados y la ficha resumen de los mismos, ambos puntos se corresponden con los apartados 10 y 11 de los procedimientos documentados que constituyen el SGIC del Centro.

### 9.2 Responsables del Sistema de Garantía Interna de Calidad del Plan de Estudios.

#### 9.2.1. Los Órganos designados para la gestión del Sistema de Garantía Interna de Calidad del Centro

##### Comisión de Garantía Interna de calidad

Es el órgano que participa en las tareas de planificación y seguimiento del SGIC, actuando además como uno de los vehículos de comunicación de la política, objetivos, planes, programas, responsabilidades y logros de este sistema.

Se constituyó el 8/5/2009 y está formada por los siguientes miembros:

PRESIDENTE	Patricio Sánchez Bello
SECRETARIA	Mar Riveiro
PDI	Antonio Vaamonde
	Javier Paniagua
ALUMNOS	Miguel Garcés
PAS	Leonor Gallego
REPRESENTANTE DA SOCIEDADE	Presidente del Colegio de Titulares Mercantiles y Empresariales
REPRESENTANTE EGRESADOS	Antonio Vide
ÁREA DE CALIDAD	Raquel Gandón Chapela

Coordinador de Calidad

Efectuará las tareas de coordinación derivadas de la implantación del SGIC en la E.U. de Estudios Empresariales: Patricio Sánchez Bello.

## Equipo Directivo

El Equipo Directivo, como principal responsable, se compromete al establecimiento, desarrollo, revisión y mejora del Sistema de Garantía Interno de Calidad.

En este sentido asume las responsabilidades que en los diferentes documentos del SGIC se indican, promoverá la creación de equipos de mejora para atender a los resultados de las revisiones y evaluaciones realizadas, liderando en todo momento las actuaciones correspondientes al SGIC.

El equipo directivo de la E.U. de Estudios Empresariales de la Universidade de Vigo está formado por:

- D. Patricio Sánchez Bello
- Dña. Consuelo Curras Valle
- D. Ricardo Lueces Pazos
- Dña. Araceli González Crespán
- Dña. Mar Riveiro Pérez

## Junta de Titulación/ Junta de Escuela

Son los órganos que se encargan de aprobar la documentación del SGIC y a su vez velar por el desarrollo y mejora del mismo.

A continuación se presenta el Capítulo 8 del Manual de Calidad, en el que se detallan las cuestiones generales relativas a la garantía de calidad de los programas formativos del Centro.

<b>Capítulo 8. Garantía de calidad de los programas formativos</b>		
<b>8.1. OBJETO</b>		
<b>8.2. ÁMBITO DE APLICACIÓN</b>		
<b>8.3. DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA</b>		
<b>8.4. DESARROLLO</b>		
<b>RESUMEN DE REVISIONES</b>		
<i>Edición</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo de la modificación</i>
E01	<i>Fecha:</i> / /	Elaboración del SGIC de la E.U. de Estudios Empresariales a partir de la Documentación-Marco facilitada por el Área de Calidad de la Universidade de Vigo
Elaborado por: Área de Calidad	Revisado por: Comisión de Garantía de Calidad	Aprobado por: Comisión Permanente
Firma:	Firma	Firma
		Fecha: / /

Fecha: / /

Fecha: / /

**8.1. OBJETO**

Presentar los mecanismos que permiten garantizar la calidad de los programas formativos desarrollados en la

**8.2. ÁMBITO DE APLICACIÓN**

Todos los programas formativos oficiales (grados, másteres y doctorados) dependientes de la E.U. de Estudios Empresariales.

**8.3. DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA**

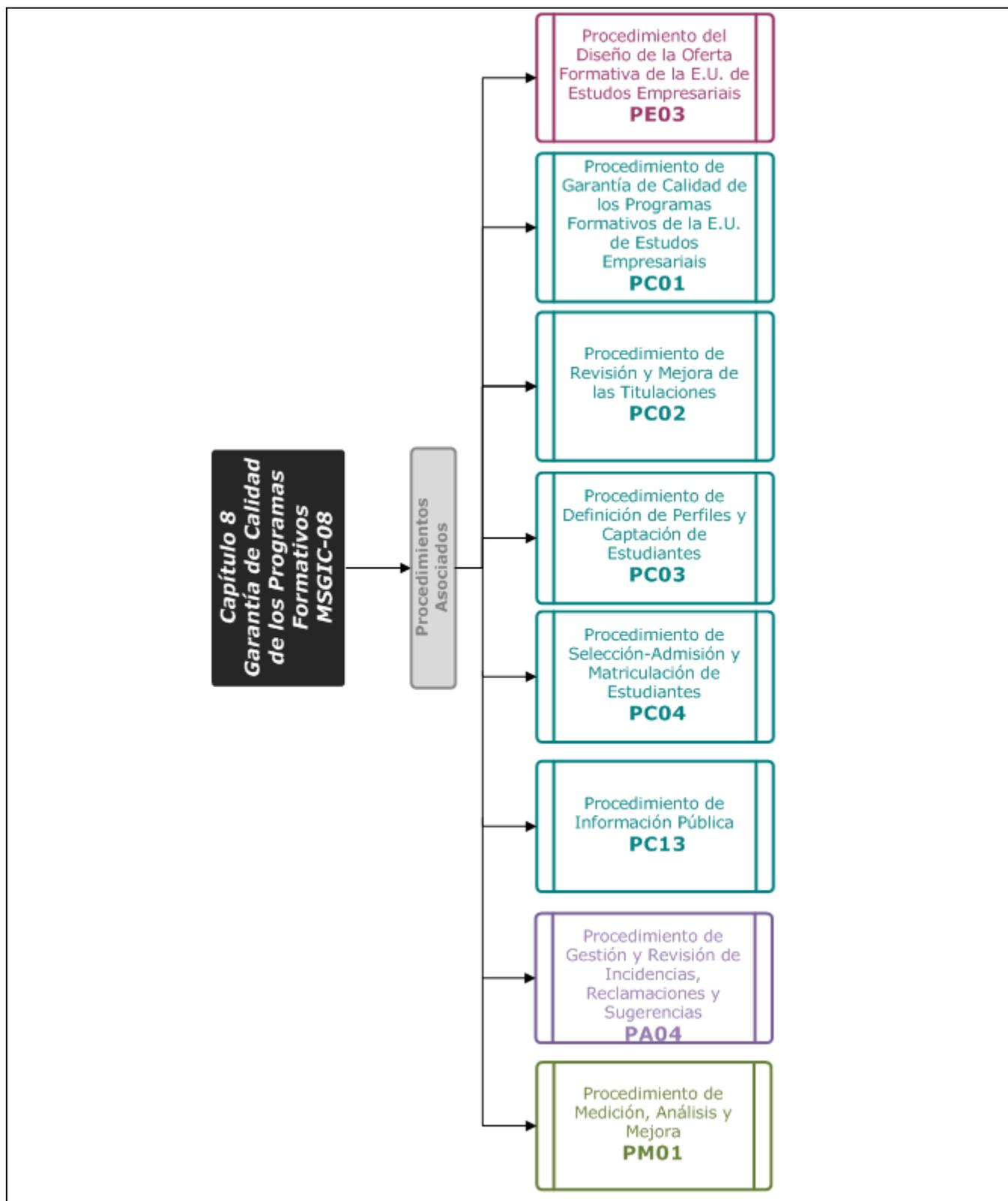
- Estatutos de la Universidade de Vigo
- Normativa vigente de grado
- Reglamentos de Claustro, Consejo de Gobierno, Consejo Social
- Reglamento de Régimen Interno de la E.U. de Estudios Empresariales
- Manual del SGIC y Procedimientos del SGIC
- Programa formativo

**8.4. DESARROLLO**

La E.U. de Estudios Empresariales de la Universidade de Vigo, para garantizar la calidad de sus programas formativos cuenta con mecanismos que le permiten mantener y renovar su oferta formativa y desarrollar metodologías para la aprobación, el control y la revisión periódica de sus programas. A tal fin:

- Determina los órganos, grupos de interés, y procedimientos implicados en el diseño, control, planificación, desarrollo y revisión periódica de los títulos, sus objetivos y competencias asociadas.
- Dispone de sistemas de recogida y análisis de información (incluida la procedente del entorno nacional e internacional) que le permiten valorar el mantenimiento de su oferta formativa, su actualización o renovación.
- Cuenta con mecanismos que regulan el procedimiento de toma de decisiones relativa a la oferta formativa y el diseño de los títulos y sus objetivos.
- Se asegura del desarrollo de los mecanismos necesarios para implementar las mejoras derivadas del proceso de revisión periódica de las titulaciones.
- Determina el modo (cómo, quién, cuándo) en que se rinden cuentas a los grupos de interés sobre la calidad de las enseñanzas.
- Define los criterios generales para la eventual suspensión del título.

Intervienen, en el desarrollo del Sistema de Garantía de Calidad de los Programas todos los procedimientos establecidos en el actual SGIC pero inciden de una forma especialmente relevante los siguientes procedimientos documentados:

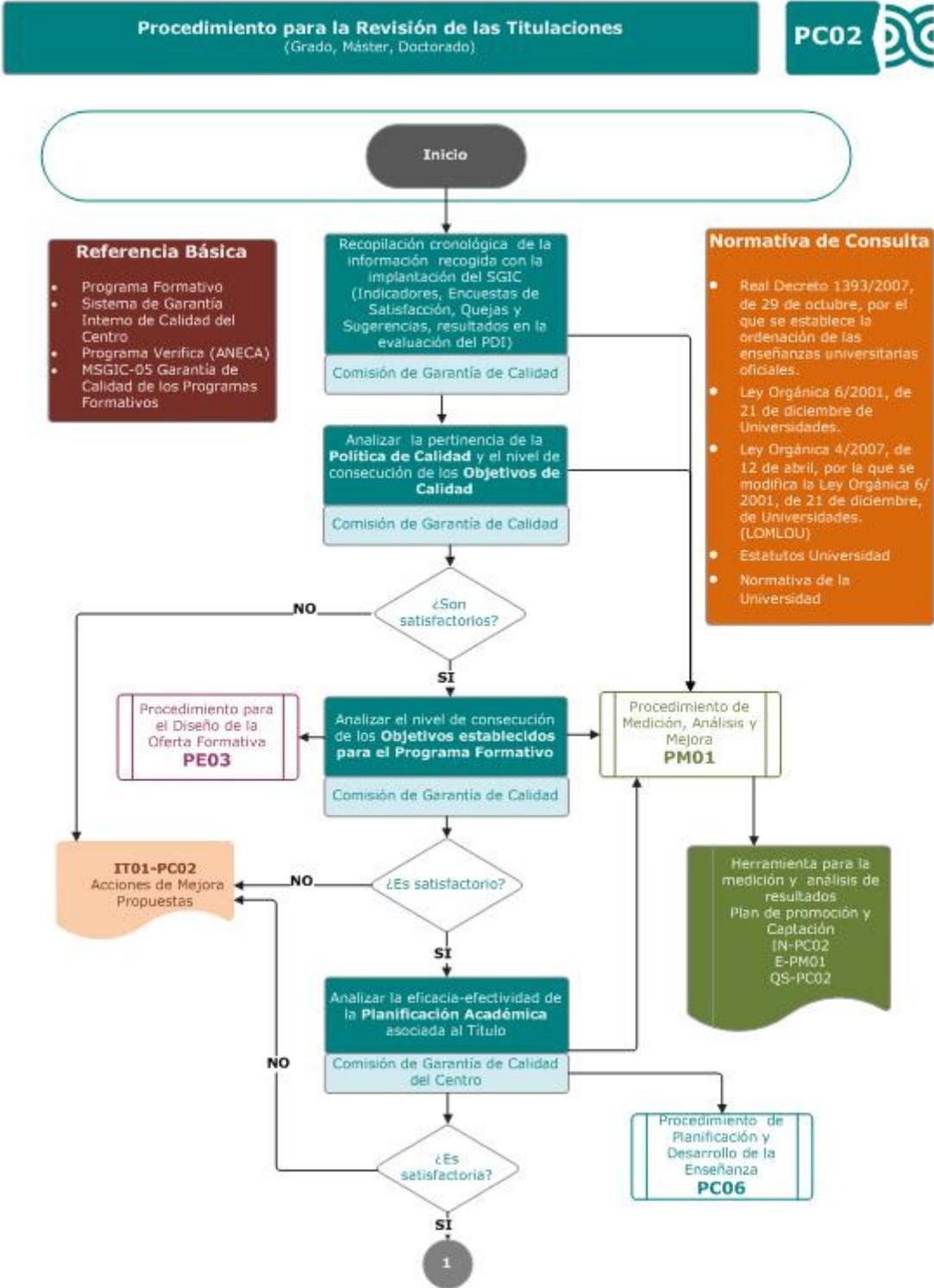


### 9.3 Procedimientos de evaluación y mejora de la Calidad de la Enseñanza y el Profesorado

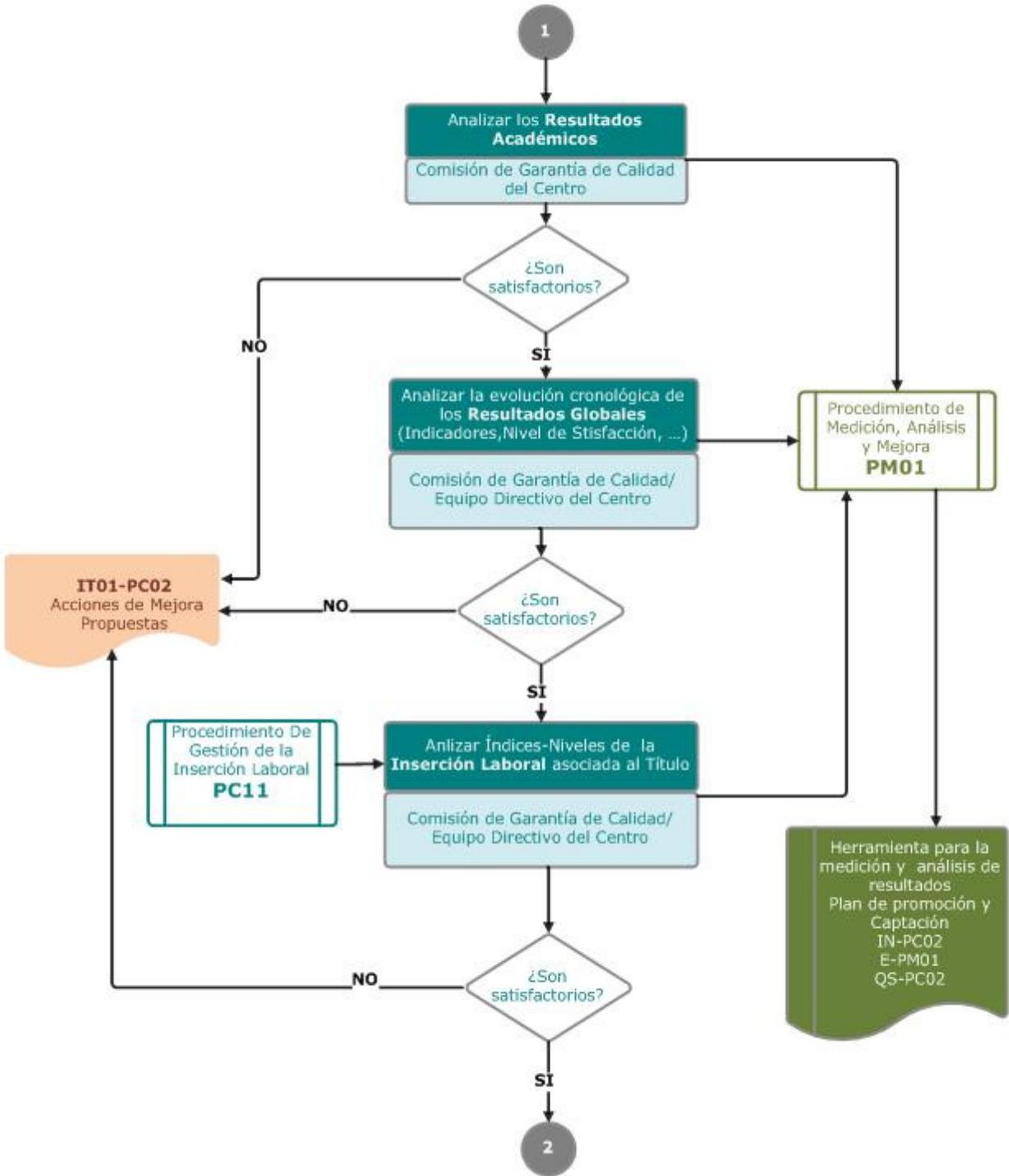
A continuación se presenta el diagrama de flujo y una ficha resumen del procedimiento que la E.U. de Estudios Empresariales tiene definido en su SGIC y en el que se recoge el aspecto detallado.

- PC02 Procedimiento para la revisión y mejora de las titulaciones
- PA06 Procedimiento para la evaluación, reconocimiento e incentivos del PDI y PAS.

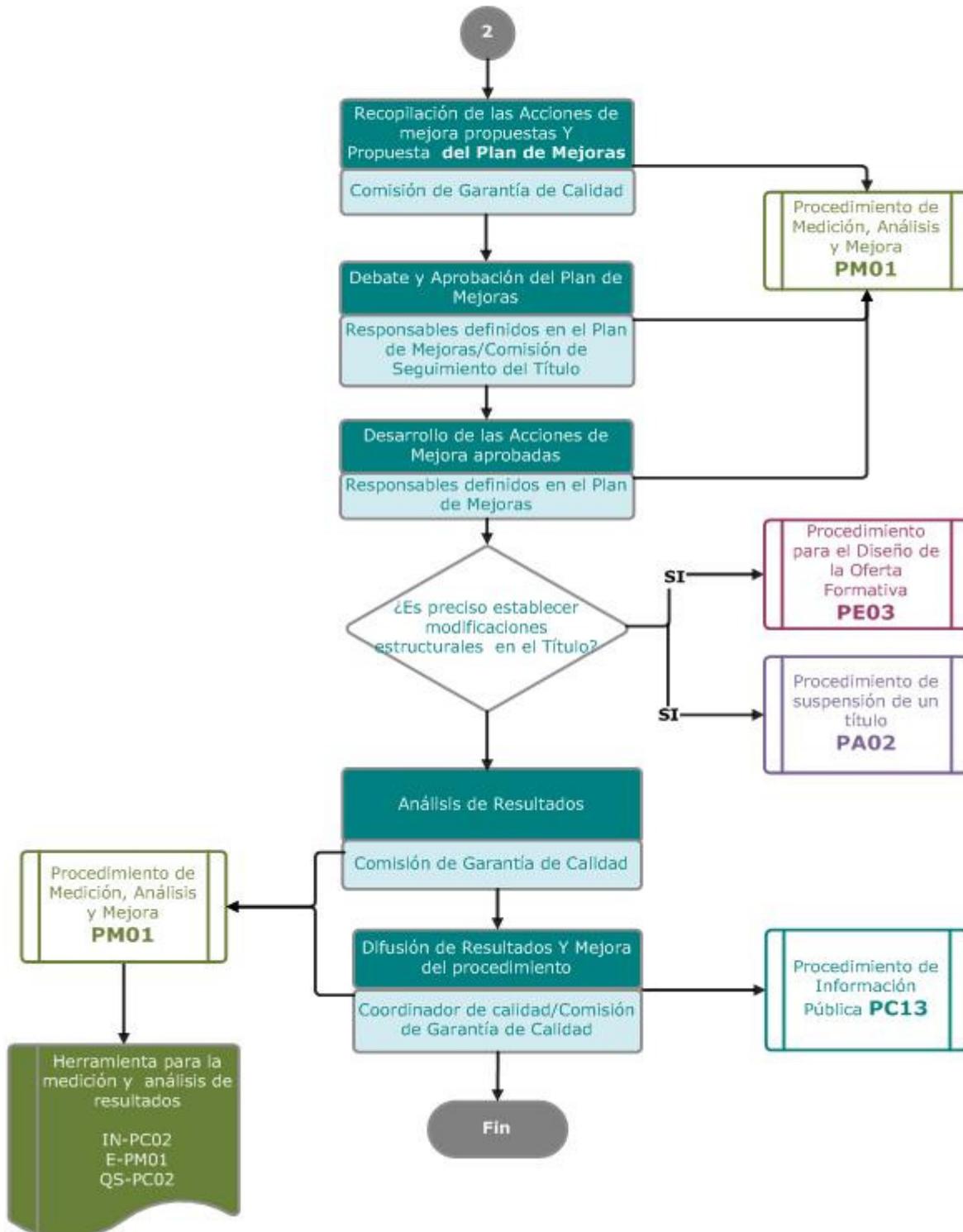
Diagrama de Flujo del procedimiento PC02



**Procedimiento para la Revisión de las Titulaciones**  
(Grado, Máster, Doctorado)



## Procedimiento para la Revisión de las Titulaciones (Grado, Máster, Doctorado)



## Ficha Resumen del procedimiento PC02

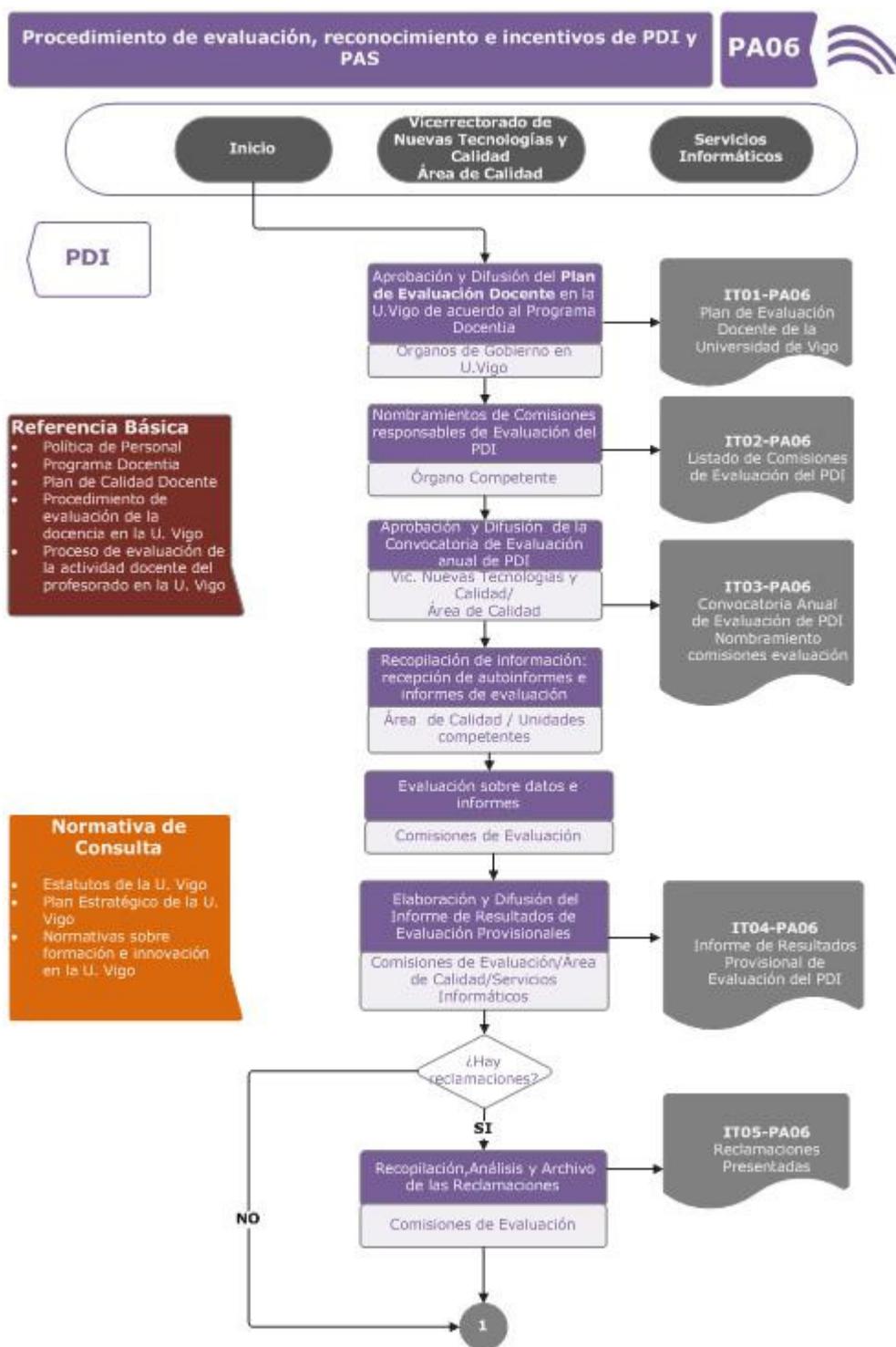
ÓRGANOS /UNIDADES RESPONSABLES	DISEÑO	✓ Comisión de Garantía de Calidad del Centro
	APROBACIÓN	✓ Junta de Escuela
	EJECUCIÓN	✓ Equipo Directivo del Centro ✓ Comisión de Garantía de Calidad del Centro ✓ Coordinador de Calidad
	SEGUIMIENTO Y MEJORA	✓ Equipo Directivo del Centro ✓ Comisión de Garantía de Calidad ✓ Comisión responsable del seguimiento del Título
OTROS ÓRGANOS IMPLICADOS (EXTERNOS AL CENTRO)		✓ Órganos de Gobierno de U. Vigo
GRUPOS DE INTERÉS	IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>Estudiantes</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas</li> <li>✓ <u>PDI</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas</li> <li>✓ <u>PAS</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas</li> <li>✓ <u>Egresados</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas</li> <li>✓ <u>Empleadores</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas</li> <li>✓ <u>Administraciones Públicas</u>: Aportando y tomando las decisiones que le competen.</li> <li>✓ <u>Sociedad en general</u>: Analizando y reaccionando a las acciones establecidas y los resultados obtenidos</li> </ul>
	RENDICIÓN DE CUENTAS	El Equipo Directivo junto con la Comisión de Garantía de Calidad, y la Comisión designada para el seguimiento del Título informarán a los distintos implicados acerca de los resultados asociados al título-s y coordinarán las acciones de mejora pertinentes
	MECANISMOS TOMA DE DECISIONES	Ver apartados 5 y 6 del procedimiento.
RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN		El Área de Calidad de la Universidade de Vigo, junto con la Comisión de Garantía de Calidad del Centro y el Coordinador de Calidad recogerá la información oportuna.
SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y MEJORA		Tras el análisis de la información, la CGC elaborará un informe de resultados, proponiendo las mejoras que se consideren oportunas. La CGC propone así mismo las modificaciones y mejoras al proceso cuando sea necesario

**INFORMACIÓN PÚBLICA**

El Equipo Directivo, junto con la Comisión de Garantía de Calidad y el/la coordinador-a de Calidad analizarán y promoverán la información pública pertinente a la vista de los resultados obtenidos y con la finalidad de mantener permanentemente un flujo de comunicación adecuado con los distintos implicados y grupos de interés

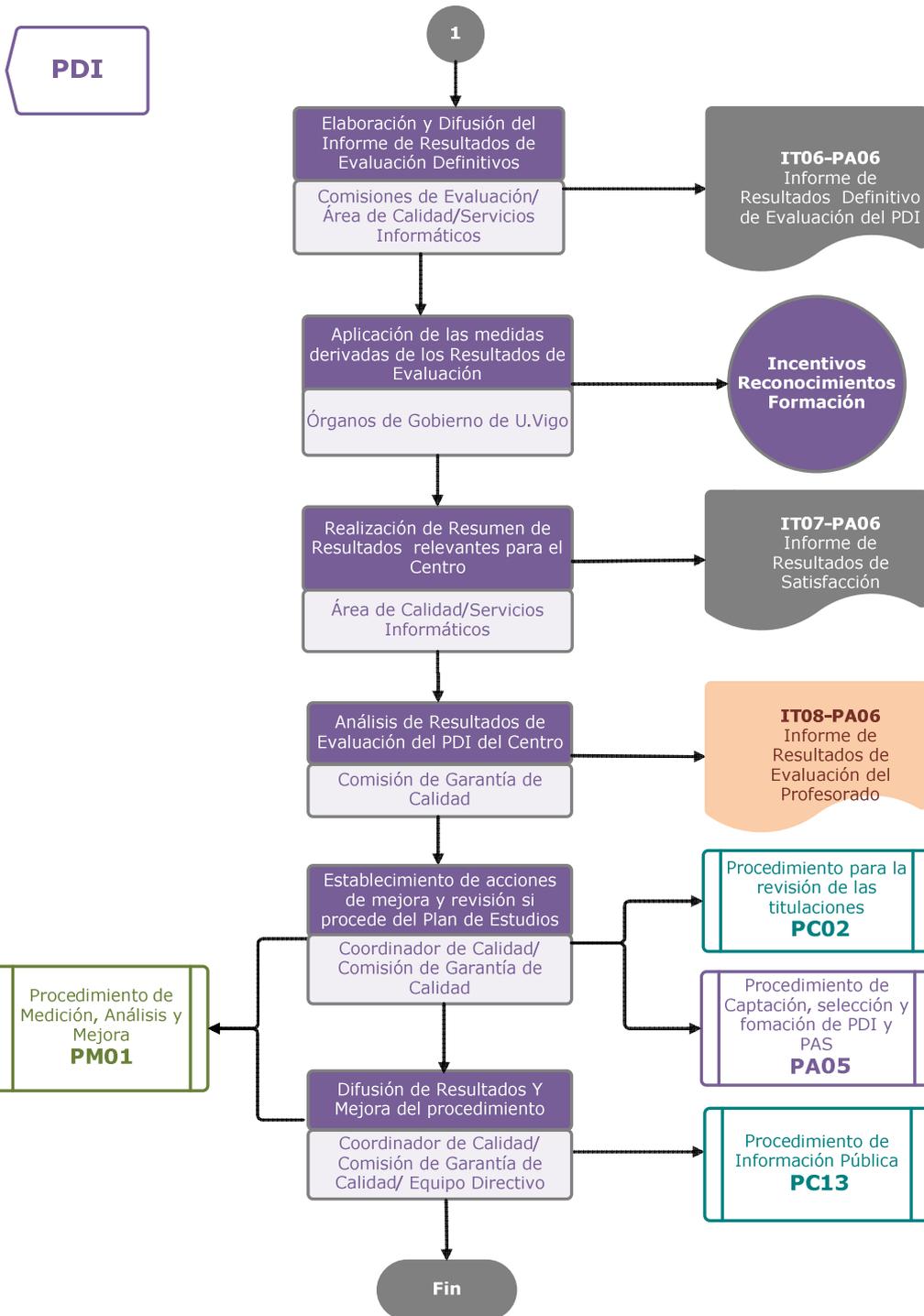
Esta información será publicada como mínimo en la Página Web del Centro

Diagrama de Flujo del procedimiento PA06

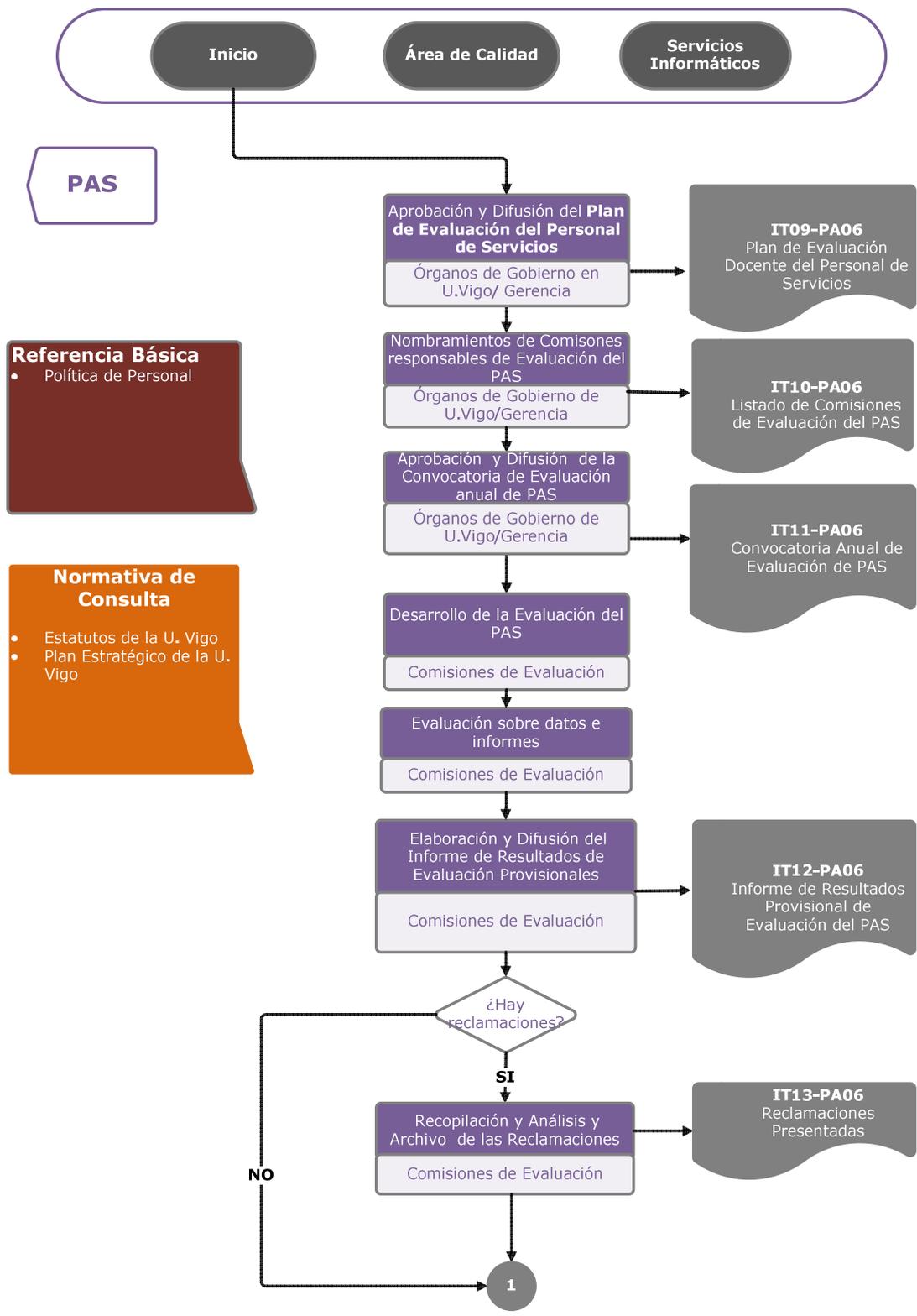


**Procedimiento de evaluación, reconocimiento e incentivos de PDI y PAS**

**PA06**

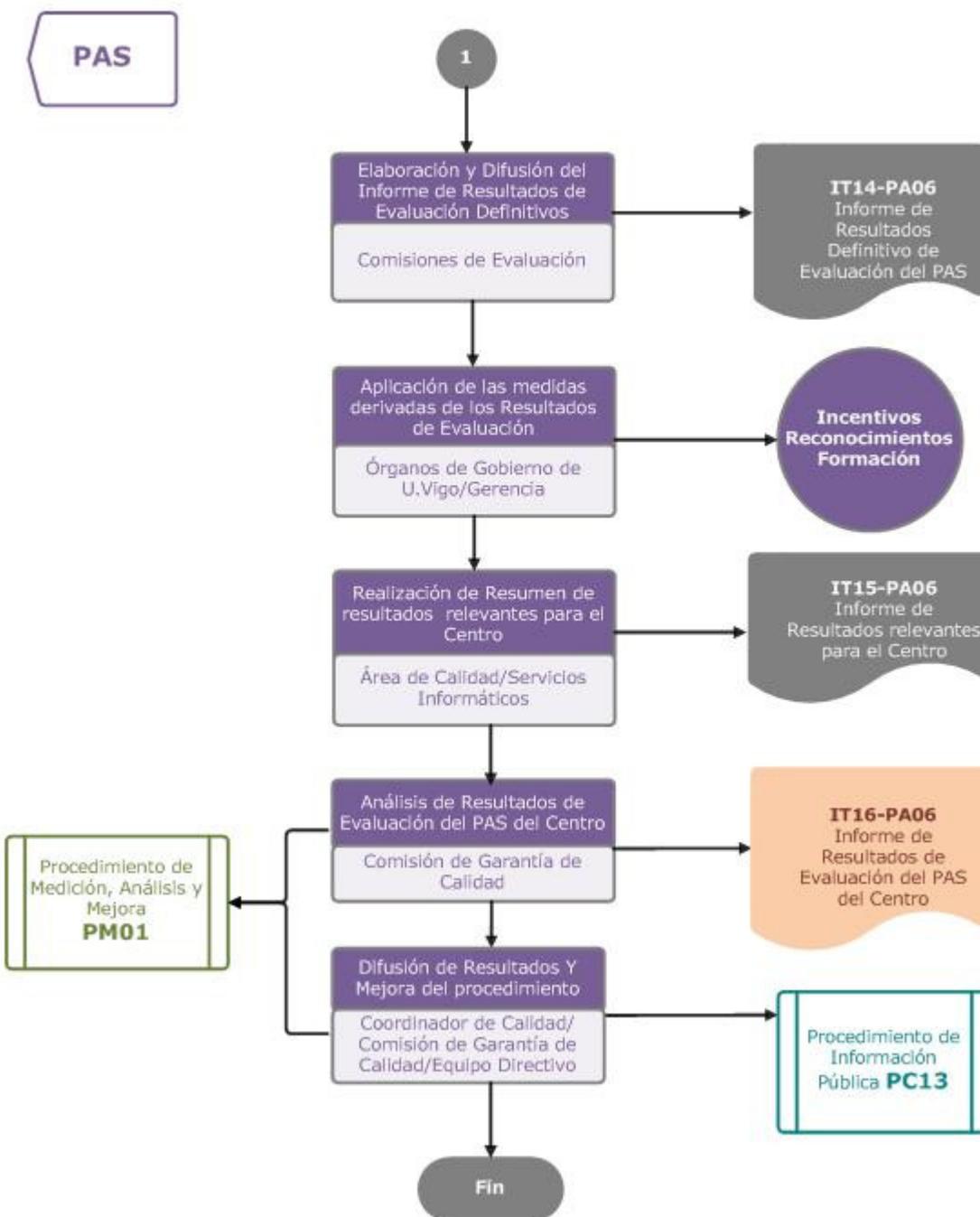


**Procedimiento de evaluación, reconocimiento e incentivos de PDI y PAS** **PA06**



Procedimiento de evaluación, reconocimiento e incentivos de PDI y PAS

PA06



Ficha Resumen del procedimiento PA06

<b>ÓRGANOS /UNIDADES RESPONSABLES</b>	<b>DISEÑO</b>	La evaluación, reconocimiento e incentivos se de PDI se ajustará al Programa Docencia y al desarrollo que en base al mismo diseño el Área de Calidad y aprueben los Órganos de Gobierno de U. Vigo
		La evaluación, reconocimiento e incentivos de PAS se ajustará a lo establecido por Gerencia y los Órganos de Gobierno de U. Vigo.  La E.U. de Estudios Empresariais desempeña un papel importante en su ejecución pero secundario en el diseño

	<b>APROBACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Consejo de Gobierno de U. Vigo</li> </ul>
	<b>EJECUCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Administrador-a del Centro</li> </ul>
	<b>SEGUIMIENTO Y MEJORA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo del Centro</li> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Coordinador de Calidad</li> </ul>
	<b>OTROS ÓRGANOS IMPLICADOS (EXTERNOS AL CENTRO)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Consejo de Gobierno de U. Vigo</li> <li>✓ Gerencia</li> <li>✓ Órganos de Gobierno de U. Vigo</li> </ul>
<b>GRUPOS DE INTERÉS</b>	<b>IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>Estudiantes</u>: a través de sus representantes en la CGC y en los Órganos de Gobierno de U. Vigo, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>PDI</u>: a través de sus representantes en la CGC y en los Órganos de Gobierno de U. Vigo, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y</li> <li>✓ <u>PAS</u>: a través de sus representantes en la CGC, en los Órganos de Gobierno de U. Vigo, de sus representantes en la Junta de Personal y en el Comité de Empresa, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y desarrollando las acciones administrativas pertinentes.</li> <li>✓ <u>Egresados</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Empleadores</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Administraciones Públicas</u>: Aportando y tomando las decisiones que le competen.</li> <li>✓ <u>Sociedad en general</u>: Analizando y reaccionando a las acciones establecidas y los resultados obtenidos</li> </ul>
	<b>RENDICIÓN DE CUENTAS</b>	El Equipo Directivo del Centro rendirá cuentas a los Órganos de gobierno de la Universidad y a la Junta de Escuela en aquellas decisiones que son de su competencia. No obstante el Vicerrectorado de Formación e Innovación Educativa y el Vicerrectorado de Profesorado desempeñan una labor principal en el desarrollo en el Procedimiento y les corresponde rendir cuentas de aquellas cuestiones de su competencia
	<b>MECANISMOS TOMA DE DECISIONES</b>	Ver apartados 5 y 6 del procedimiento.

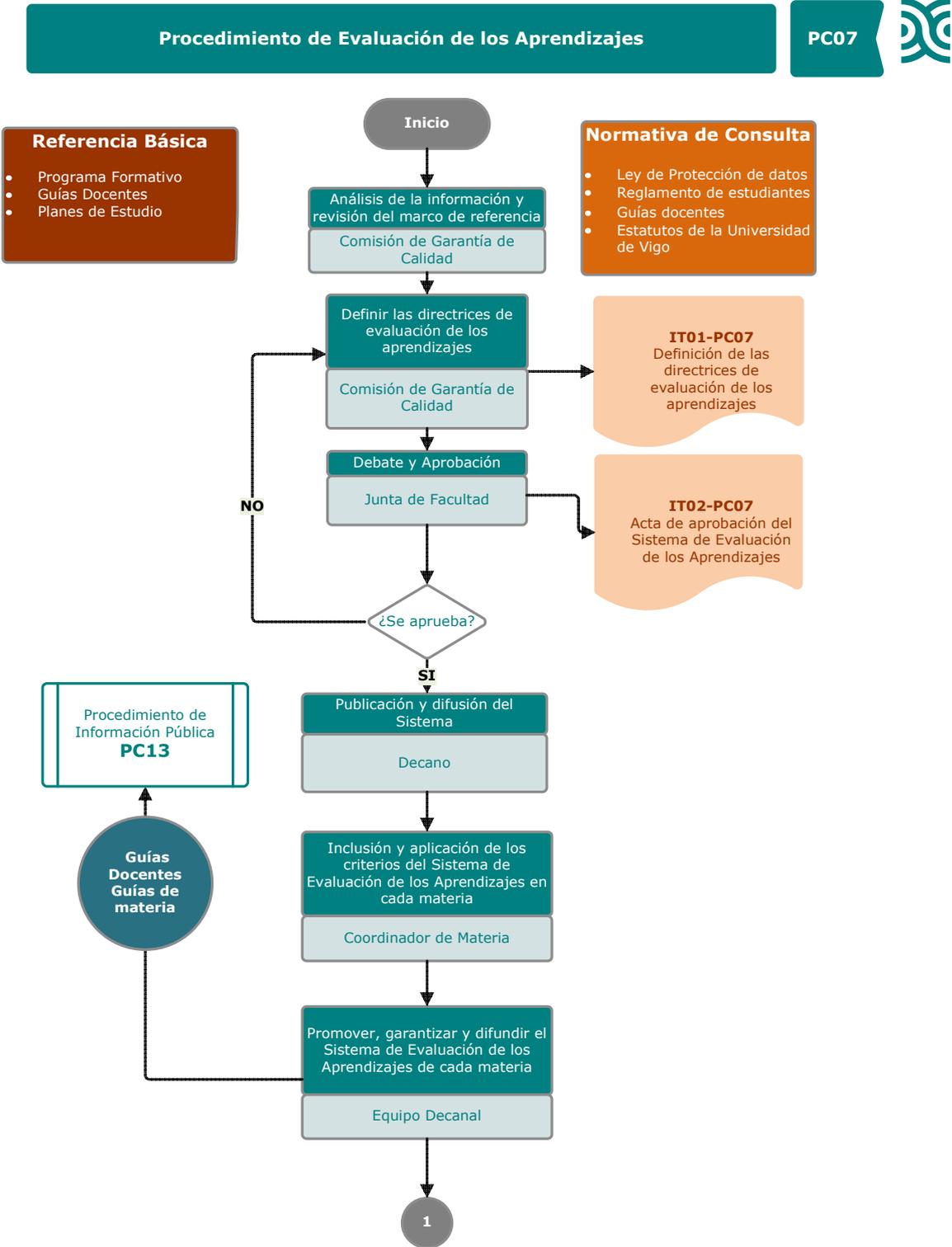
<p><b>RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN</b></p>	<p>La Comisión de Garantía de Calidad del Centro y el Coordinador de Calidad con el apoyo del Área de Calidad elaborarán un informe de resultados, proponiendo las mejoras que se consideren oportunas, si éstas implicaran cambios en el Plan de Estudios, se desarrollaran según lo establecido en el procedimiento PC02, "Procedimiento para la revisión de las Titulaciones" La CGC propone así mismo las modificaciones y mejoras al procedimiento cuando sea necesario</p>
<p><b>SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y MEJORA</b></p>	<p>Tras el análisis de la información, la CGC, junto con el Equipo Directivo elaborarán un informe de resultados, proponiendo las mejoras que se consideren oportunas. La CGC propone así mismo las modificaciones y mejoras al procedimiento cuando sea necesario</p>
<p><b>INFORMACIÓN PÚBLICA</b></p>	<p>El Equipo Directivo, junto con el/la Coordinador-a de Calidad y la Comisión de Garantía de Calidad, promoverán la información pública pertinente a la vista de los resultados obtenidos, con la finalidad de mantener un permanente flujo de comunicación con los distintos implicados y grupos de interés.</p> <p>La Información relacionada con las decisiones propias del centro será publicada en la Web del Centro. Cuando se trata de comunicaciones que afectan a un grupo o persona concreta serán comunicadas directamente por escrito.</p>

## 9.4 Procedimientos para garantizar la Calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad, y la evaluación de los aprendizajes.

A continuación se presentan los diagramas de flujo y las fichas resumen de los procedimientos que la E.U. de Estudios Empresariales tienen definido en su SGIC y en el que se recoge el aspecto detallado.

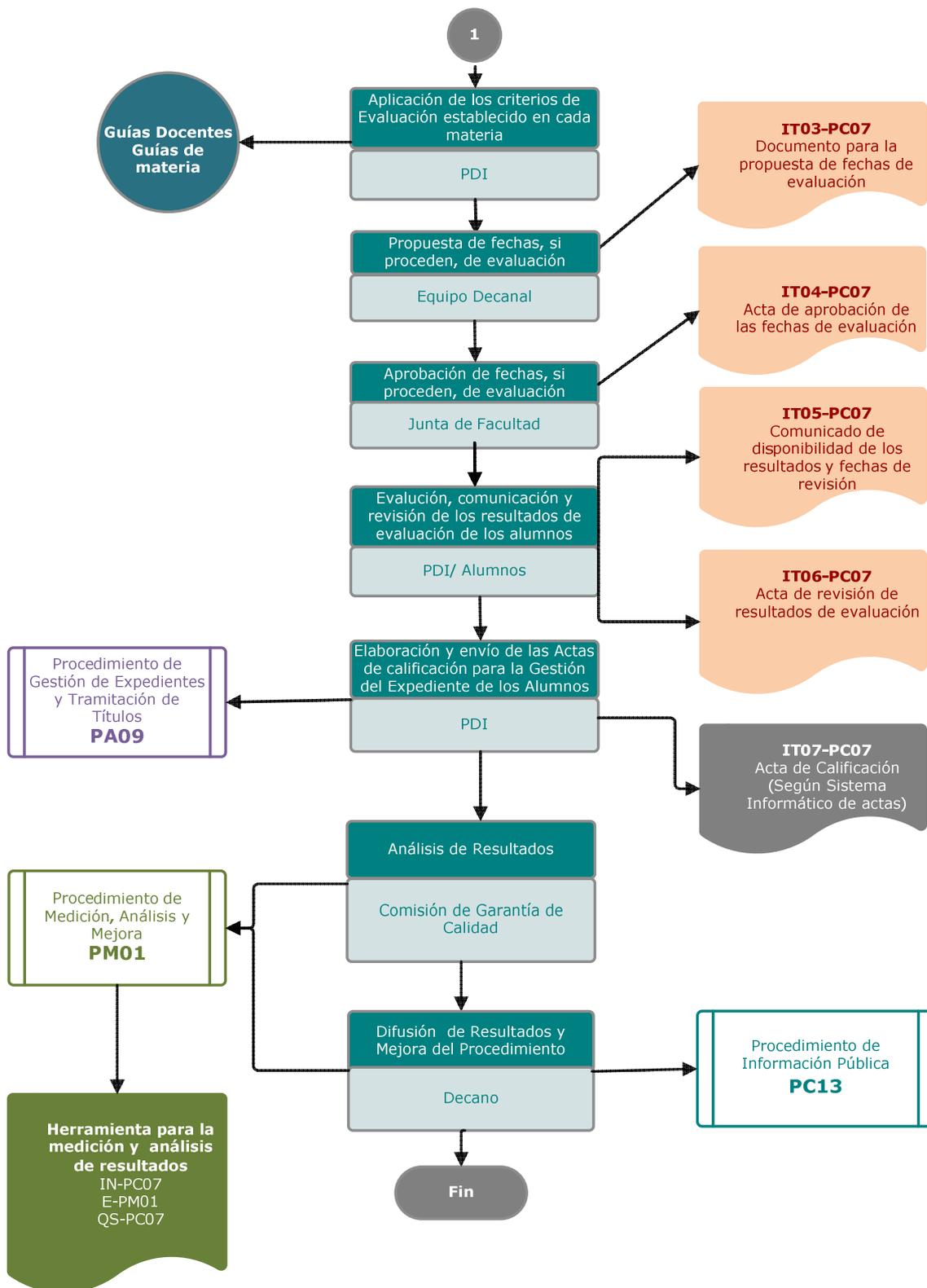
- PC07- Procedimiento de evaluación de los aprendizajes
- PC08- Procedimiento para la gestión y revisión de la movilidad de los estudiantes enviados
- PC09- Procedimiento para la gestión y revisión de la movilidad de los estudiantes recibidos
- PC10- Procedimiento para la gestión y revisión de las prácticas externas integradas en el Plan de Estudios
- PC12- Procedimiento para el análisis y medición de los resultados académicos

Diagrama de Flujo del procedimiento PC07



# Procedimiento de Evaluación de los Aprendizajes

PC07

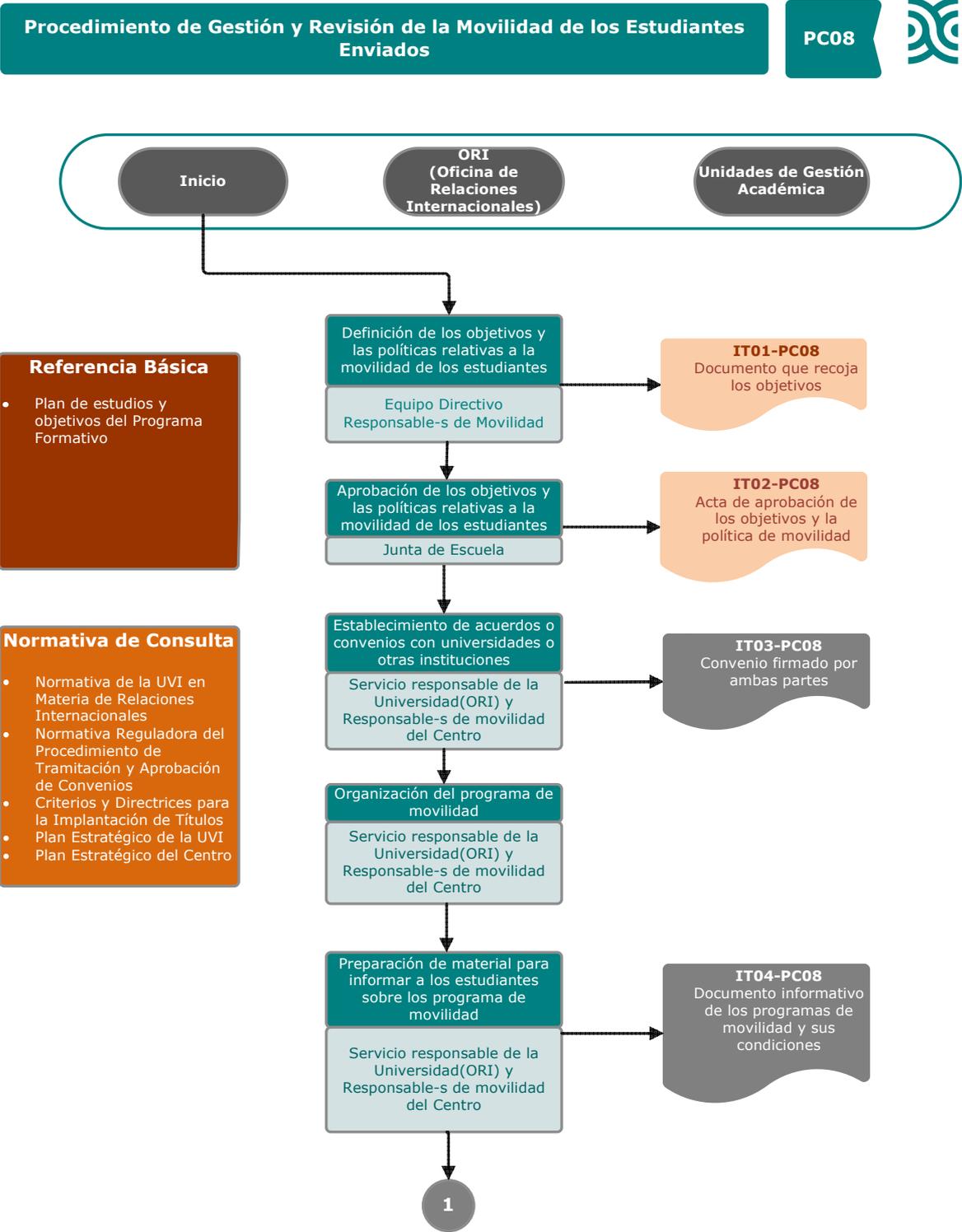


## Ficha Resumen del procedimiento PC07

ÓRGANOS /UNIDADES RESPONSABLES	DISEÑO	Equipo Directivo Coordinadores Departamentos PDI
	APROBACIÓN	Junta de Facultad
	EJECUCIÓN	Equipo Directivo Coordinadores horizontales y verticales Departamentos PDI
		SEGUIMIENTO Y MEJORA
	OTROS ÓRGANOS IMPLICADOS (EXTERNOS AL CENTRO)	-
GRUPOS DE INTERÉS	IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN	<p><u>Estudiantes</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</p> <p><u>PDI</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y desarrollando las acciones de evaluación especificadas en la Guía docente</p> <p><u>PAS</u>: a través de sus representantes en la CGC y participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</p> <p><u>Egresados</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</p> <p><u>Empleadores</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas</p> <p><u>Administraciones Públicas</u>: Aportando y tomando las decisiones que le competen.</p> <p><u>Sociedad en general</u>: Analizando y reaccionando a las acciones establecidas y los resultados obtenidos</p>
	RENDICIÓN DE CUENTAS	El Equipo Directivo velará por el cumplimiento de las acciones de evaluación aprobadas, con el apoyo de los Departamentos, los Coordinadores horizontales y verticales implicados
MECANISMOS TOMA DE DECISIONES	Ver apartados 5 y 6 del procedimiento.	
RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	El Área de Calidad de la Universidad de Vigo, junto con la Comisión de Garantía de Calidad del Centro y el Coordinador de Calidad recogerán la información oportuna.	

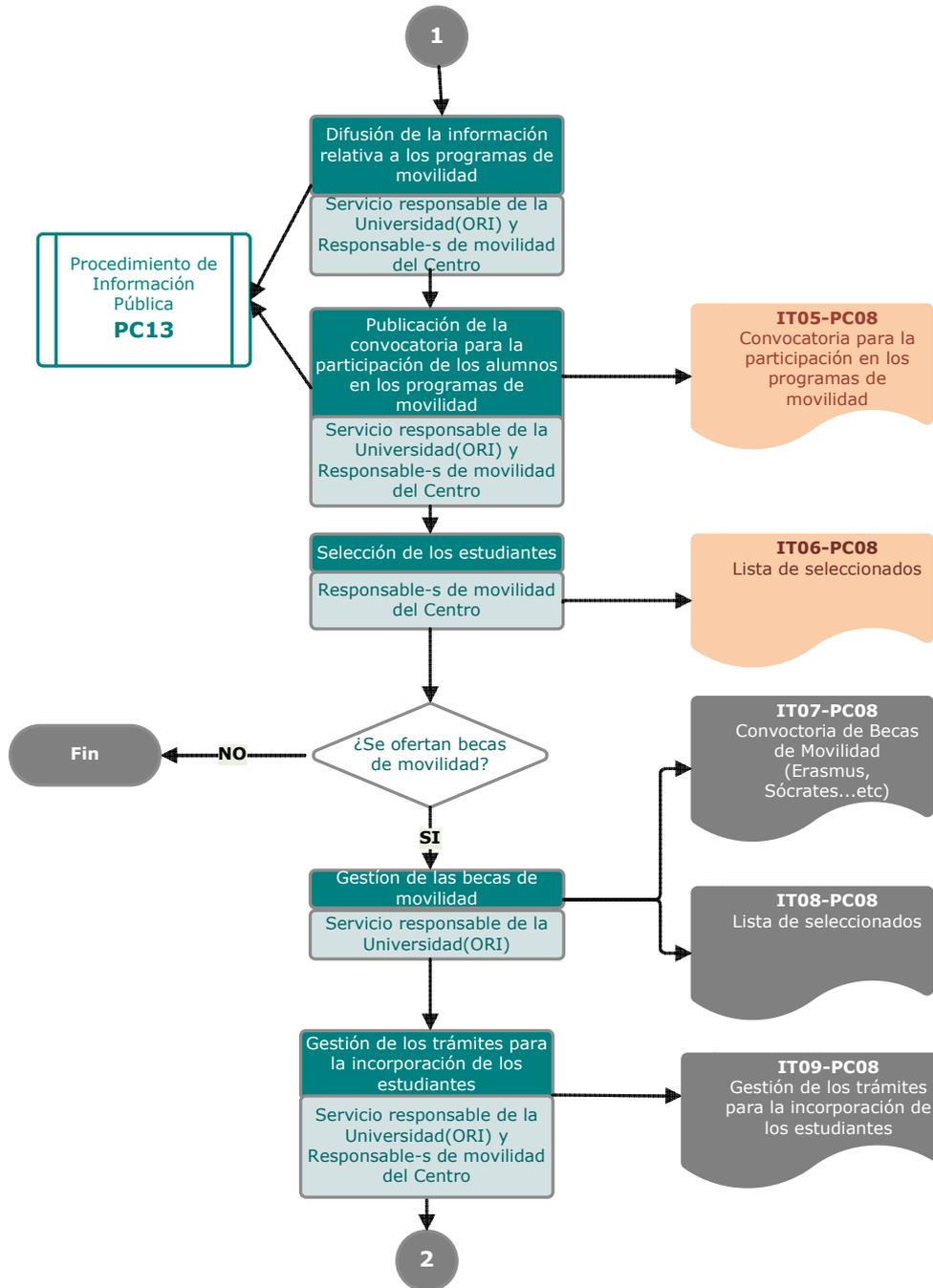
<b>SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y MEJORA</b>	Tras el análisis de la información, la CGC elaborará un informe de resultados, proponiendo las mejoras que se consideren oportunas. La CGC propone así mismo las modificaciones y mejoras al proceso cuando sea necesario
	El Equipo Directivo, junto con la Comisión de Garantía de Calidad analizarán y promoverán la información pública pertinente a la vista de los resultados obtenidos, con la finalidad de mantener un permanente flujo de comunicación adecuado con los distintos implicados y grupos de interés.
<b>INFORMACIÓN PÚBLICA</b>	Las acciones e informaciones relacionadas con la evaluación de los aprendizajes serán publicadas como mínimo en la página Web del Centro.  El Sistema de información de los resultados de evaluación obtenidos por los alumnos respetarán las indicaciones establecidas en la Ley de Protección de datos.

Diagrama de Flujo del procedimiento PC08



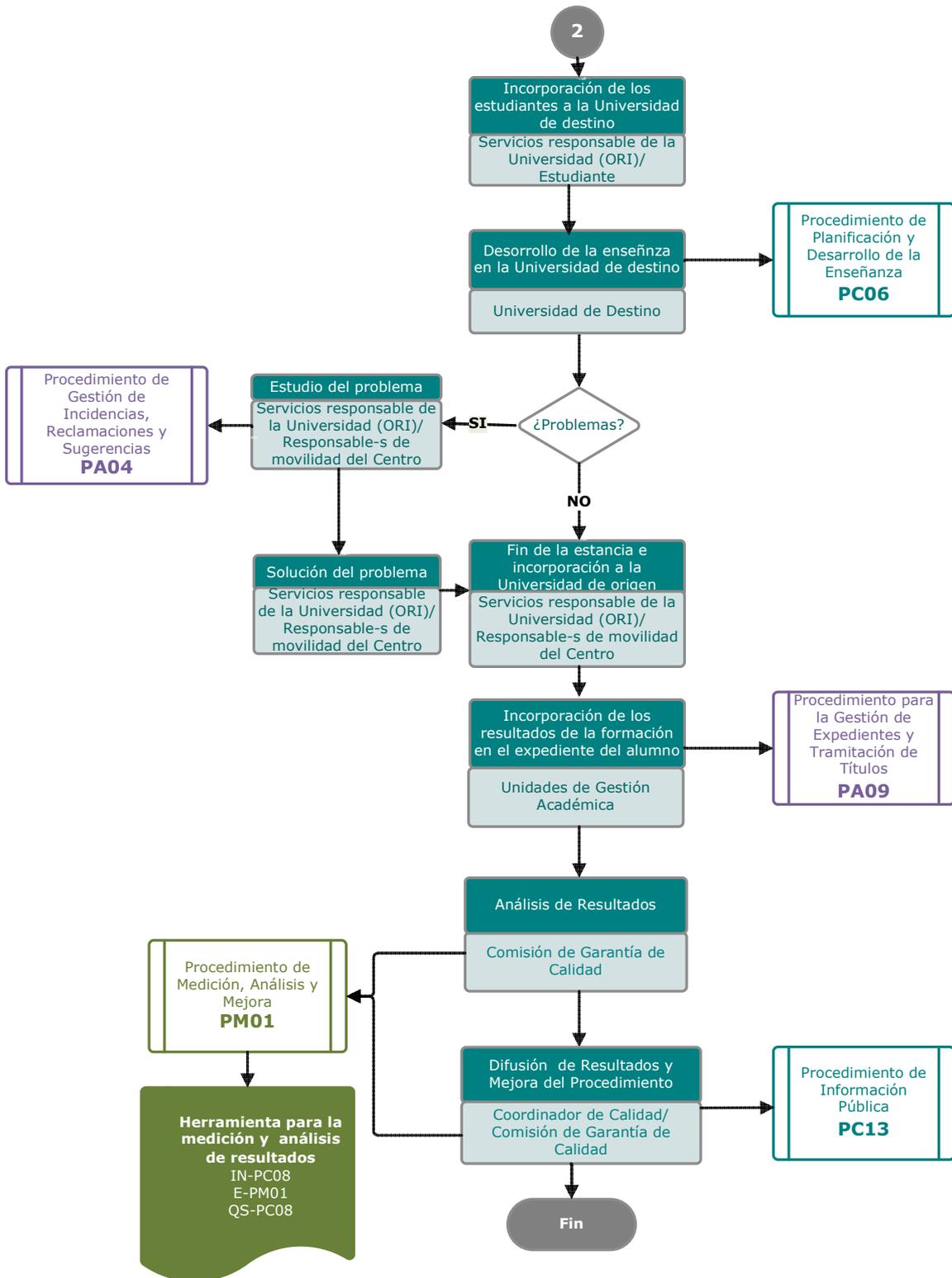
**Procedimiento de Gestión y Revisión de la Movilidad de los Estudiantes Enviados**

**PC08**



**Procedimiento de Gestión y Revisión de la Movilidad de los Estudiantes Enviados**

**PC08**

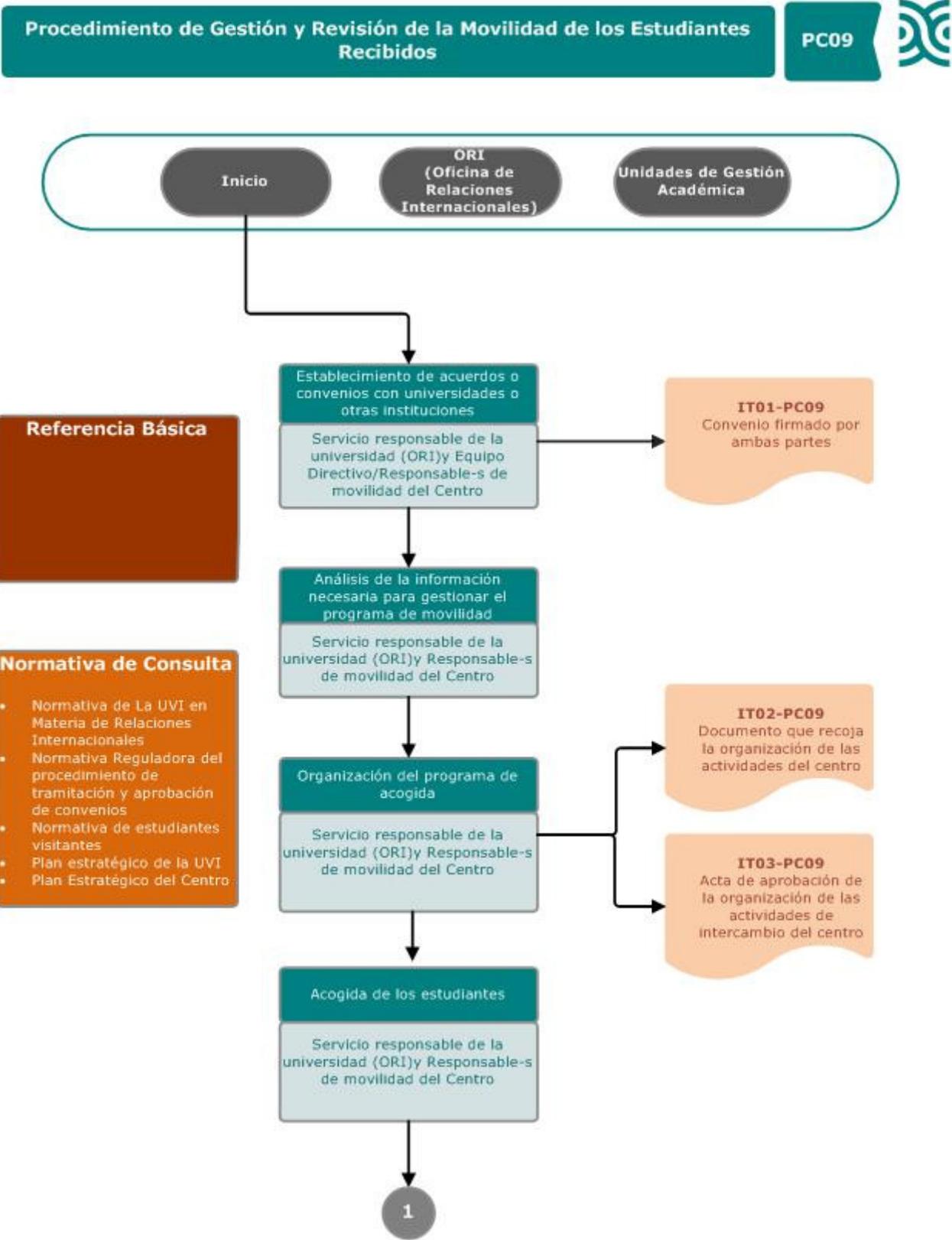


## Ficha Resumen del procedimiento PC08

ÓRGANOS / UNIDADES RESPONSABLES	DISEÑO	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Responsable-s de movilidad del Centro</li> </ul>
	APROBACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Junta de Escuela</li> </ul>
	EJECUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Responsable-s de movilidad del Centro</li> </ul>
	SEGUIMIENTO Y MEJORA	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo del Centro</li> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Coordinador de Calidad</li> </ul>
OTROS ÓRGANOS IMPLICADOS (EXTERNOS AL CENTRO)		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Oficina de Relaciones Internacionales (ORI)</li> <li>✓ Unidades de Gestión Académica</li> </ul>
GRUPOS DE INTERÉS	IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>Estudiantes</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y participando en los programas de movilidad</li> <li>✓ <u>PDI</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas <u>PAS</u>: a través de sus representantes en la CGC y participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y participando en los trámites administrativos derivados del procedimiento</li> <li>✓ <u>Egresados</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Empleadores</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas</li> <li>✓ <u>Administraciones Públicas</u>: Aportando y tomando las decisiones que le competen.</li> <li>✓ <u>Sociedad en general</u>: Analizando y reaccionando a las acciones establecidas y los resultados obtenidos</li> </ul>
	RENDICIÓN DE CUENTAS	El Equipo Directivo promoverá la firma de convenios, velará por el cumplimiento del Programa de Movilidad e informará de los resultados obtenidos
MECANISMOS TOMA DE DECISIONES		Ver apartados 5 y 6 del procedimiento.

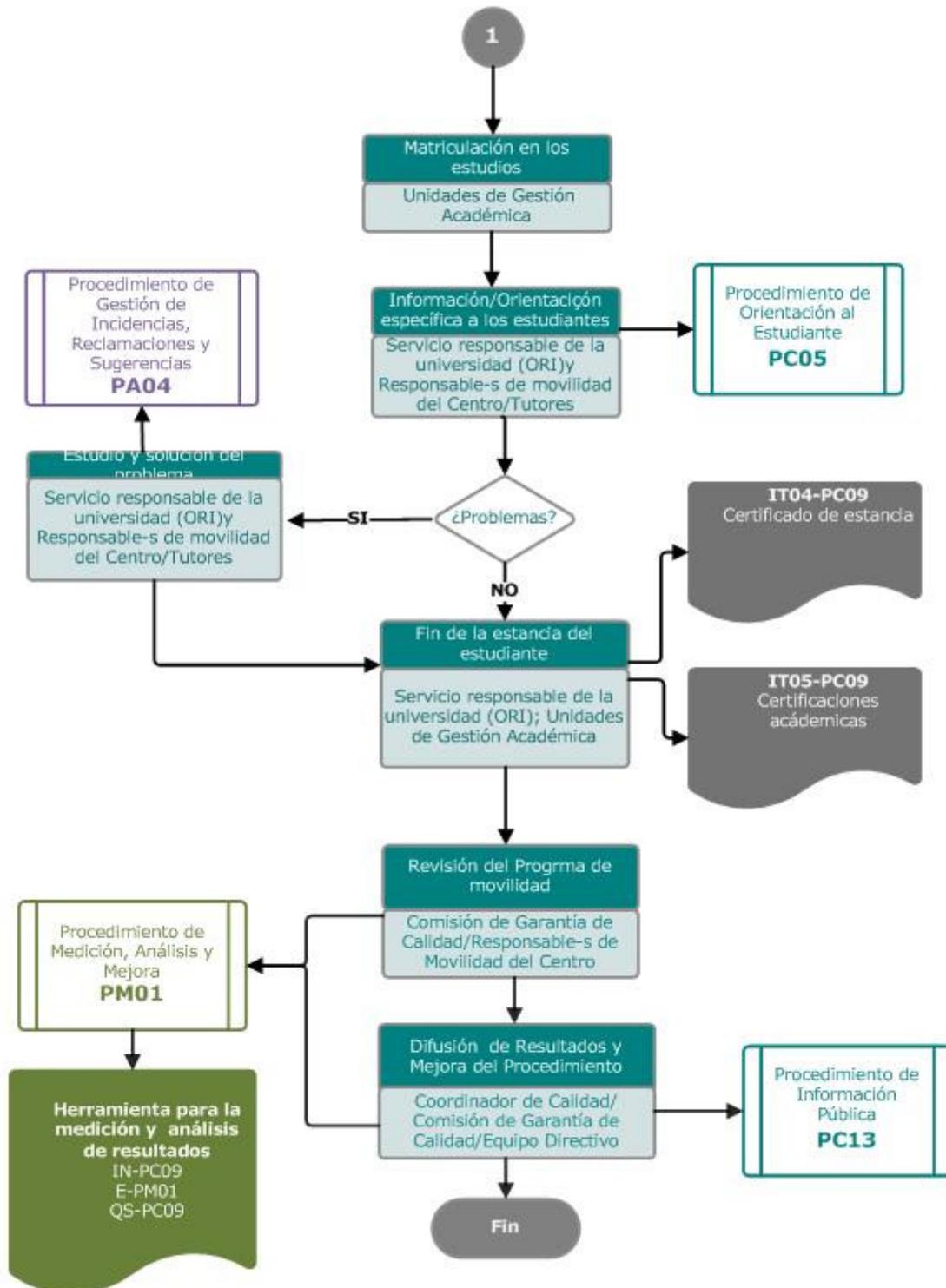
<p><b>RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN</b></p>	<p>El Área de Calidad de la Universidade de Vigo, junto con la Comisión de Garantía de Calidad del Centro y el Coordinador de Calidad recogerá la información oportuna.</p>
<p><b>SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y MEJORA</b></p>	<p>Tras el análisis de la información, la CGC elaborará un informe de resultados, proponiendo las mejoras que se consideren oportunas. La CGC propone así mismo las modificaciones y mejoras al proceso cuando sea necesario</p>
<p><b>INFORMACIÓN PÚBLICA</b></p>	<p>El Equipo Directivo, junto con el/la Coordinador-a de Calidad y la Comisión de Garantía de Calidad, y la/s personas colaboradoras designadas analizarán y promoverán la información pública pertinente a la vista de los resultados obtenidos, con la finalidad de mantener un permanente flujo de comunicación adecuado con los distintos implicados y grupos de interés.</p> <p>Las acciones e informaciones relacionadas con el Programa de movilidad serán publicadas como mínimo en el tablón de anuncios y/o en la Web del Centro.</p>

Diagrama de Flujo del procedimiento PC09



**Procedimiento de Gestión y Revisión de la Movilidad de los Estudiantes Recibidos**

PC09



## Ficha Resumen del procedimiento PC09

ÓRGANOS /UNIDADES RESPONSABLES	DISEÑO	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Responsable-s de movilidad del Centro</li> </ul>
	APROBACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Junta de Escuela</li> </ul>
	EJECUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Responsable-s de movilidad del Centro</li> <li>✓ Tutores</li> </ul>
	SEGUIMIENTO Y MEJORA	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo/Decanal del Centro</li> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Coordinador de Calidad</li> </ul>
OTROS ÓRGANOS IMPLICADOS (EXTERNOS AL CENTRO)		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Oficina de Relaciones Internacionales (ORI)</li> <li>✓ Unidades de Gestión Académica</li> </ul>
GRUPOS DE INTERÉS	IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>Estudiantes</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y participando en los programas de movilidad</li> <li>✓ <u>PDI</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y participando en las acciones de orientación oportunas</li> <li>✓ <u>PAS</u>: a través de sus representantes en la CGC y participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y participando en los trámites administrativos derivados del procedimiento</li> <li>✓ <u>Egresados</u>: a través de sus representantes en la CIC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Empleadores</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas</li> <li>✓ <u>Administraciones Públicas</u>: Aportando y tomando las decisiones que le competen.</li> <li>✓ <u>Sociedad en general</u>: Analizando y reaccionando a las acciones establecidas y los resultados obtenidos</li> </ul>
	RENDICIÓN DE CUENTAS	El Equipo Directivo promoverá la firma de convenios, velará por el cumplimiento del Programa de Movilidad e informará de los resultados obtenidos
MECANISMOS TOMA DE DECISIONES		Ver apartados 5 y 6 del procedimiento.
RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN		El Área de Calidad de la Universidad de Vigo, junto con la Comisión de Garantía de Calidad del Centro y el Coordinador de Calidad recogerá la información oportuna.

**SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y MEJORA**

Tras el análisis de la información, la CGC elaborará un informe de resultados, proponiendo las mejoras que se consideren oportunas. La CGC propone así mismo las modificaciones y mejoras al proceso cuando sea necesario

**INFORMACIÓN PÚBLICA**

El Equipo Directivo, junto con el/la Coordinador-a de Calidad y la Comisión de Garantía de Calidad, y la/s personas colaboradoras designadas analizarán y promoverán la información pública pertinente a la vista de los resultados obtenidos, con la finalidad de mantener un permanente flujo de comunicación adecuado con los distintos implicados y grupos de interés.

Las acciones e informaciones relacionadas con el Programa de movilidad serán publicadas como mínimo en el tablón de anuncios y/o en la Web del Centro.

Diagrama de Flujo del procedimiento PC10

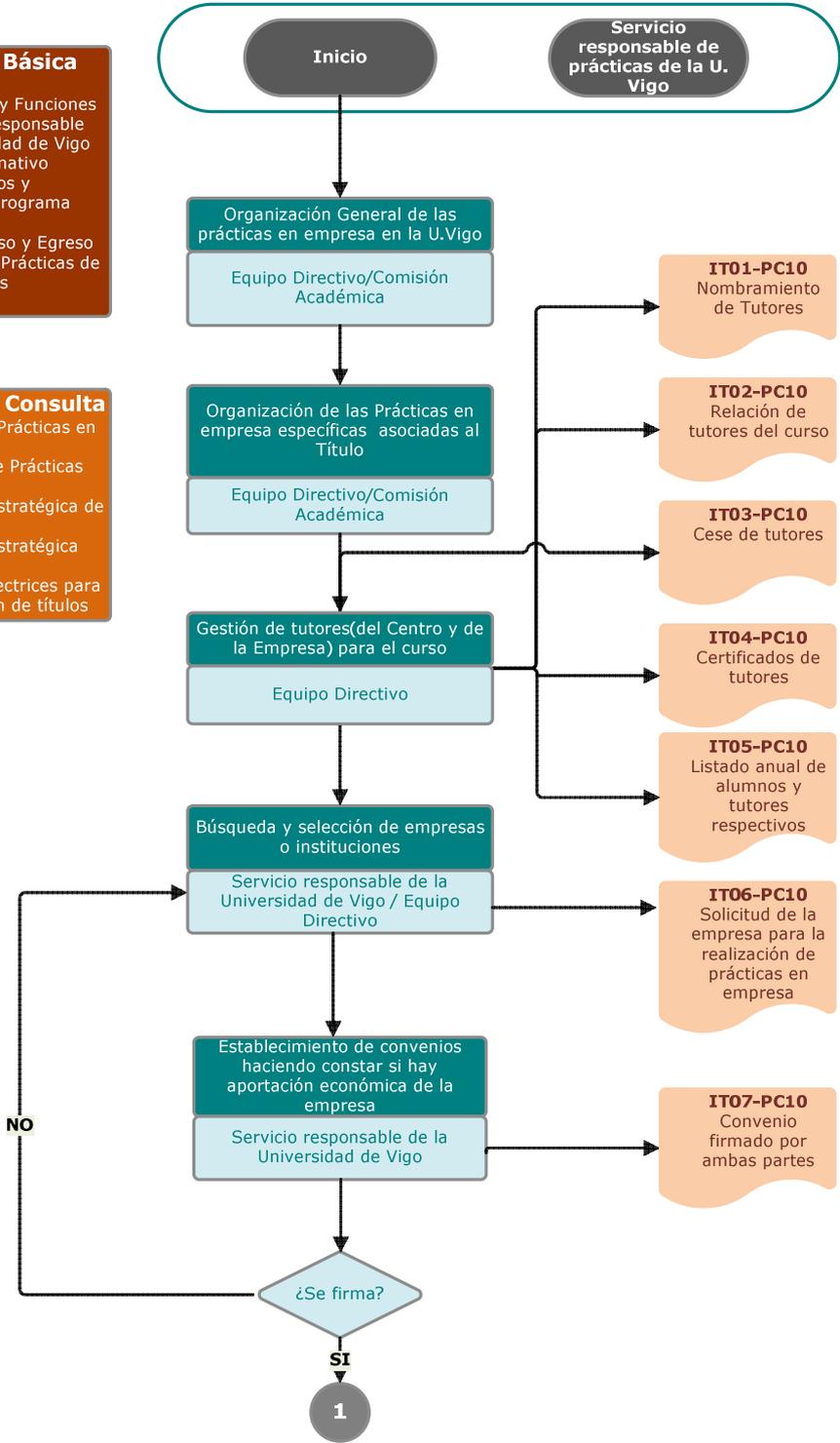
Procedimiento de Gestión de las Prácticas Externas Integradas en el Plan de Estudios

PC10



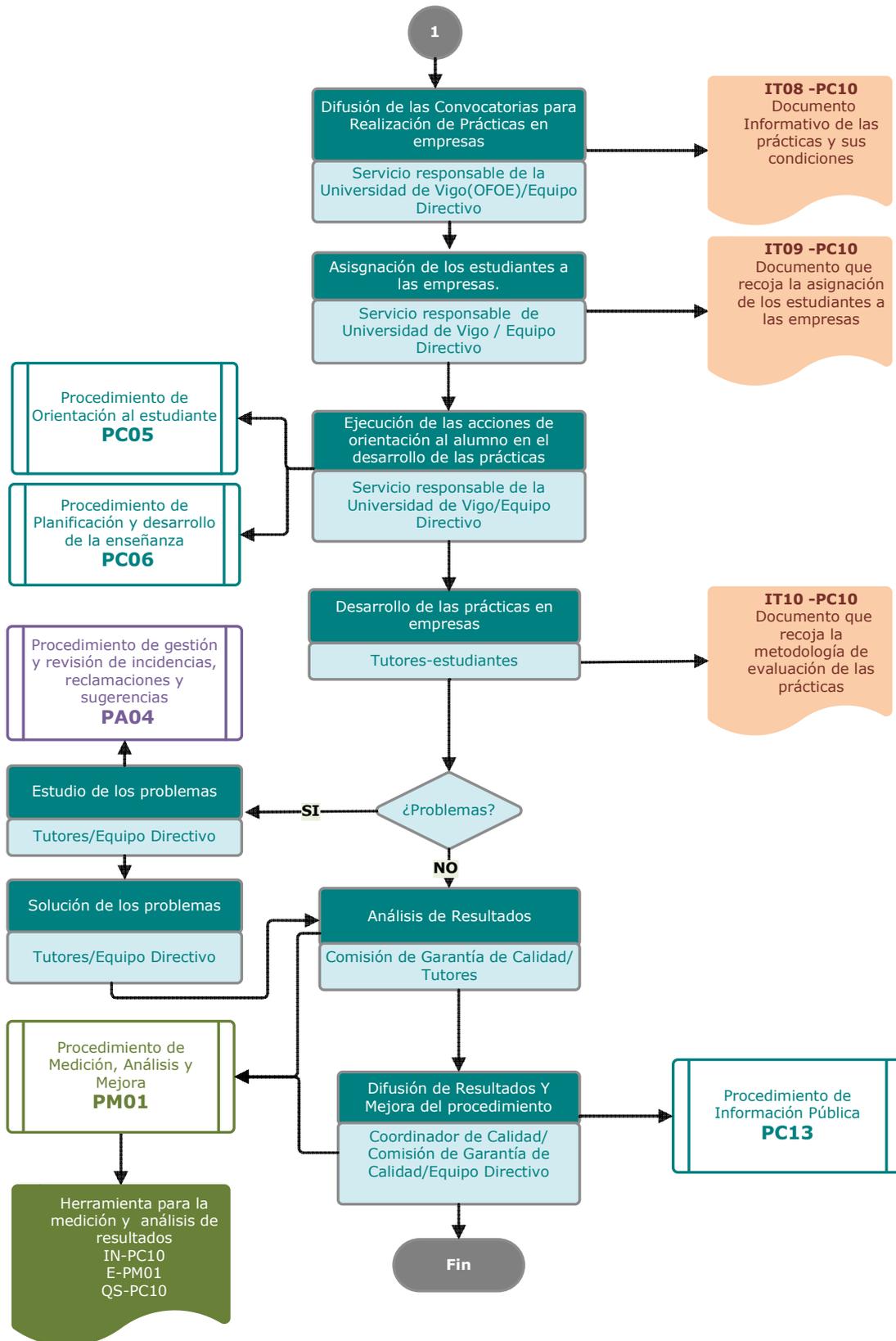
- Referencia Básica**
- Programación y Funciones del Servicio Responsable de la Universidad de Vigo
  - Programa Formativo
  - Plan de Estudios y objetivos del Programa Formativo
  - Perfil de Ingreso y Egreso
  - Resultados de Prácticas de años anteriores

- Normativa de Consulta**
- Normativa de Prácticas en la UVI
  - Reglamento de Prácticas del Centro
  - Planificación Estratégica de la UVI
  - Planificación Estratégica del Centro
  - Criterios y Directrices para la implantación de títulos



**Procedimiento de Gestión de las Prácticas Externas Integradas en el Plan de Estudios**

**PC10**



## Ficha Resumen del procedimiento PC10

ÓRGANOS /UNIDADES RESPONSABLES	DISEÑO	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Comisión Académica</li> </ul>
	APROBACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Junta de Escuela</li> </ul>
	EJECUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Tutores</li> </ul>
	SEGUIMIENTO Y MEJORA	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo del Centro</li> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Coordinador de Calidad</li> </ul>
OTROS ÓRGANOS IMPLICADOS (EXTERNOS AL CENTRO)		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Servicio responsable de prácticas de la Universidad de Vigo</li> </ul>
GRUPOS DE INTERÉS	IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN	<p><u>Estudiantes:</u> a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y participando en los programas prácticos</p> <p><u>PDI:</u> a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y participando en la autorización de prácticas</p> <p><u>PAS:</u> a través de sus representantes en la CGC y participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y participando en los trámites administrativos derivados del procedimiento</p> <p><u>Egresados:</u> a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</p> <p><u>Empleadores:</u> a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas, firmando convenios para la realización de prácticas y velando en el correcto desarrollo de las mismas</p> <p><u>Administraciones Públicas:</u> Aportando y tomando las decisiones que le competen.</p> <p><u>Sociedad en general:</u> Analizando y reaccionando a las acciones establecidas y los resultados obtenidos</p>
	RENDICIÓN DE CUENTAS	El Equipo Directivo promoverá la firma de convenios, velará por el cumplimiento de los programas de prácticas e informará de los resultados obtenidos
	MECANISMOS TOMA DE DECISIONES	Ver apartados 5 y 6 del procedimiento.
RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN		El Área de Calidad de la Universidad de Vigo, junto con la Comisión de Garantía de Calidad del Centro y el Coordinador de Calidad recogerá la información oportuna.
SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y MEJORA		Tras el análisis de la información, la CGC elaborará un informe

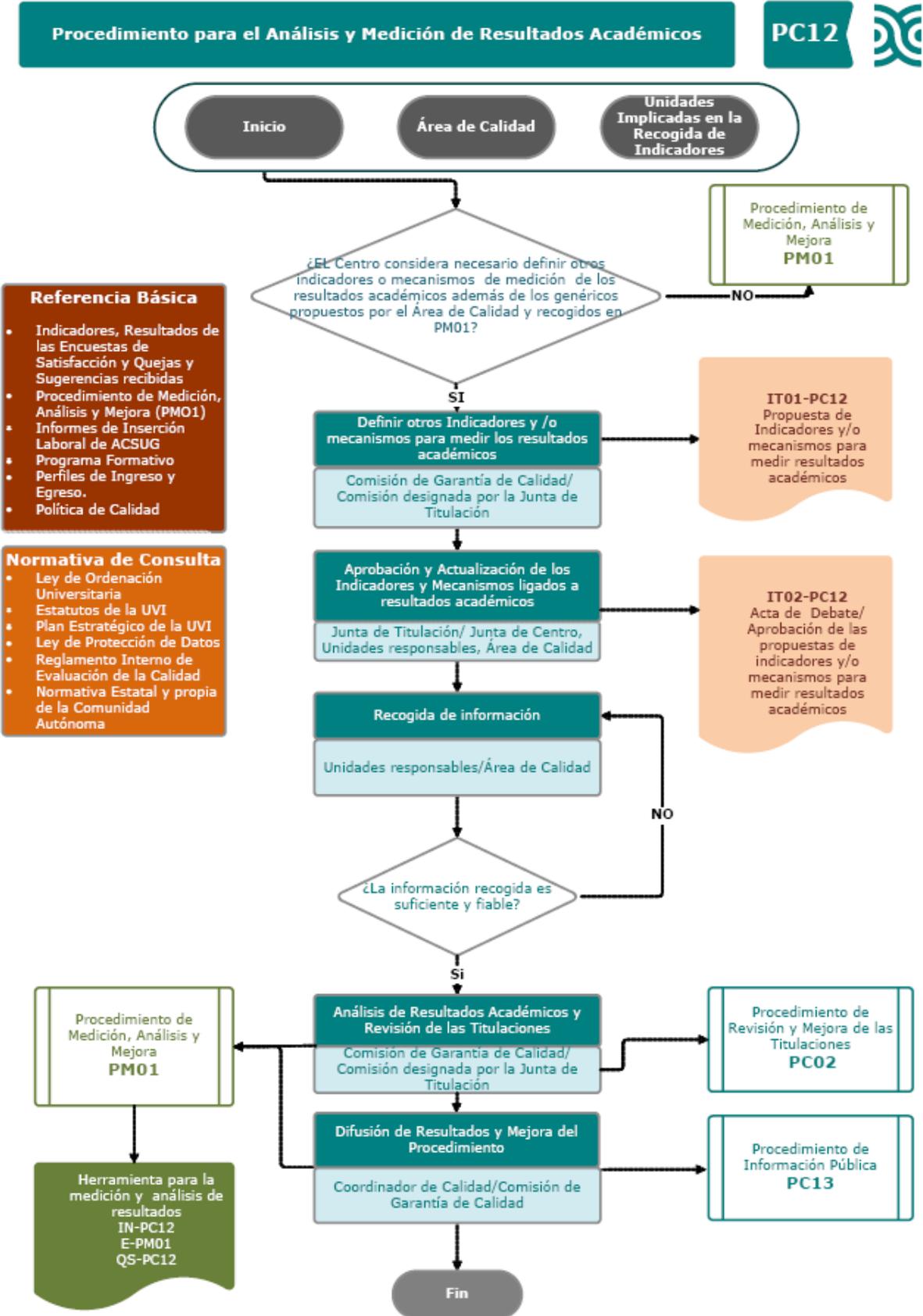
**INFORMACIÓN PÚBLICA**

de resultados, proponiendo las mejoras que se consideren oportunas. La CGC propone así mismo las modificaciones y mejoras al proceso cuando sea necesario

El Equipo Directivo, junto con el/la Coordinador-a de Calidad y la Comisión de Garantía de Calidad, y los Tutores designados analizarán y promoverán la información pública pertinente a la vista de los resultados obtenidos, con la finalidad de mantener un permanente flujo de comunicación con los distintos implicados y grupos de interés.

Las acciones e informaciones relacionadas con el Programa de prácticas serán publicadas como mínimo en el tablón de anuncios y/o en la Web del Centro. Se estudiará su inclusión en la Guía Docente de Titulación.

Diagrama de Flujo PC12



## Ficha Resumen PC12

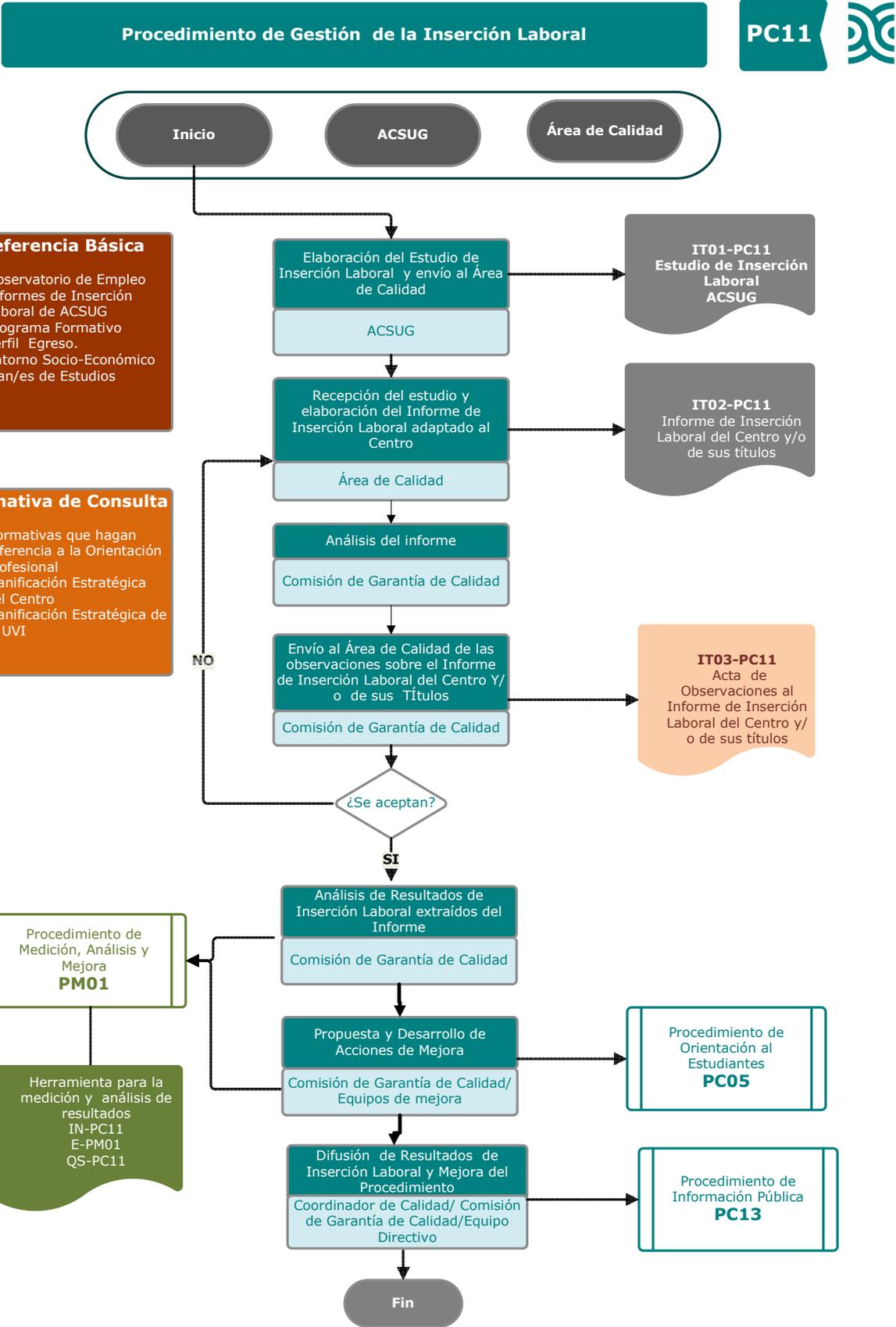
<b>ÓRGANOS / UNIDADES RESPONSABLES</b>	<b>DISEÑO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Comisión designada por la Junta de Titulación</li> </ul>
	<b>APROBACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo <b>Directivo/Decanal</b></li> <li>✓ Junta de Centro</li> <li>✓ Junta de Titulación</li> </ul>
	<b>EJECUCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo <b>Directivo/Decanal</b></li> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Comisión Designada por la Junta de Titulación</li> </ul>
	<b>SEGUIMIENTO Y MEJORA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo <b>Directivo/Decanal</b> del Centro</li> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Comisión designada por la Junta de Titulación</li> <li>✓ Coordinador de Calidad</li> </ul>
<b>OTROS ÓRGANOS IMPLICADOS (EXTERNOS AL CENTRO)</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Área de Calidad de U. Vigo</li> <li>✓ Unidades implicadas en la recogida de indicadores</li> </ul>
<b>GRUPOS DE INTERÉS</b>	<b>IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>Estudiantes</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>PDI</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas</li> <li>✓ <u>PAS</u>: a través de sus representantes en la CGC y participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y participando en la recogida de indicadores</li> <li>✓ <u>Egresados</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Empleadores</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Administraciones Públicas</u>: Aportando y tomando las decisiones que le competen.</li> <li>✓ <u>Sociedad en general</u>: Analizando y reaccionando a las acciones establecidas y los resultados obtenidos</li> </ul>

## **9.5 Procedimientos de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida.**

A continuación se presenta el diagrama de flujo y una ficha resumen del procedimiento que la E.U. de Estudios Empresariales tiene definido en su SGIC y en el que se recoge el aspecto detallado.

- PC11- Procedimiento para la gestión de la Inserción laboral.

Diagrama de Flujo del procedimiento PC11



## Ficha Resumen del procedimiento PC11

ÓRGANOS /UNIDADES RESPONSABLES	DISEÑO	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El Análisis de la Inserción Laboral, es desarrollado fundamentalmente por ACSUG. El Área de calidad de la Universidade de Vigo adaptará la información general aportada por ACSUG a la Escuela, permitiéndole a la Comisión de Garantía de Calidad, el Equipo Directivo y/o al Coordinador de Calidad realizar un análisis y proponer diferentes acciones derivadas del mismo</li> </ul>
	APROBACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> </ul>
	EJECUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Equipos de Mejora</li> </ul>
	SEGUIMIENTO Y MEJORA	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Coordinador de Calidad</li> </ul>
OTROS ÓRGANOS IMPLICADOS (EXTERNOS A LA ESCUELA)		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ACSUG</li> <li>✓ Área de Calidad de Universidade de Vigo</li> </ul>
GRUPOS DE INTERÉS	IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>Estudiantes</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>PDI</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y participando en la autorización de prácticas</li> <li>✓ <u>PAS</u>: a través de sus representantes en la CGC y participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y participando en los trámites administrativos derivados del procedimiento</li> <li>✓ <u>Egresados</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Empleadores</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas, firmando convenios para la realización de prácticas y velando en el correcto desarrollo de las mismas</li> <li>✓ <u>Administraciones Públicas</u>: Aportando y tomando las decisiones que le competen.</li> <li>✓ <u>Sociedad en general</u>: Analizando y reaccionando a las acciones establecidas y los resultados obtenidos</li> </ul>
	RENDICIÓN DE CUENTAS	Corresponde principalmente al Equipo Directivo de la Escuela responder ante los distintos grupos de interés de los resultados alcanzados en el

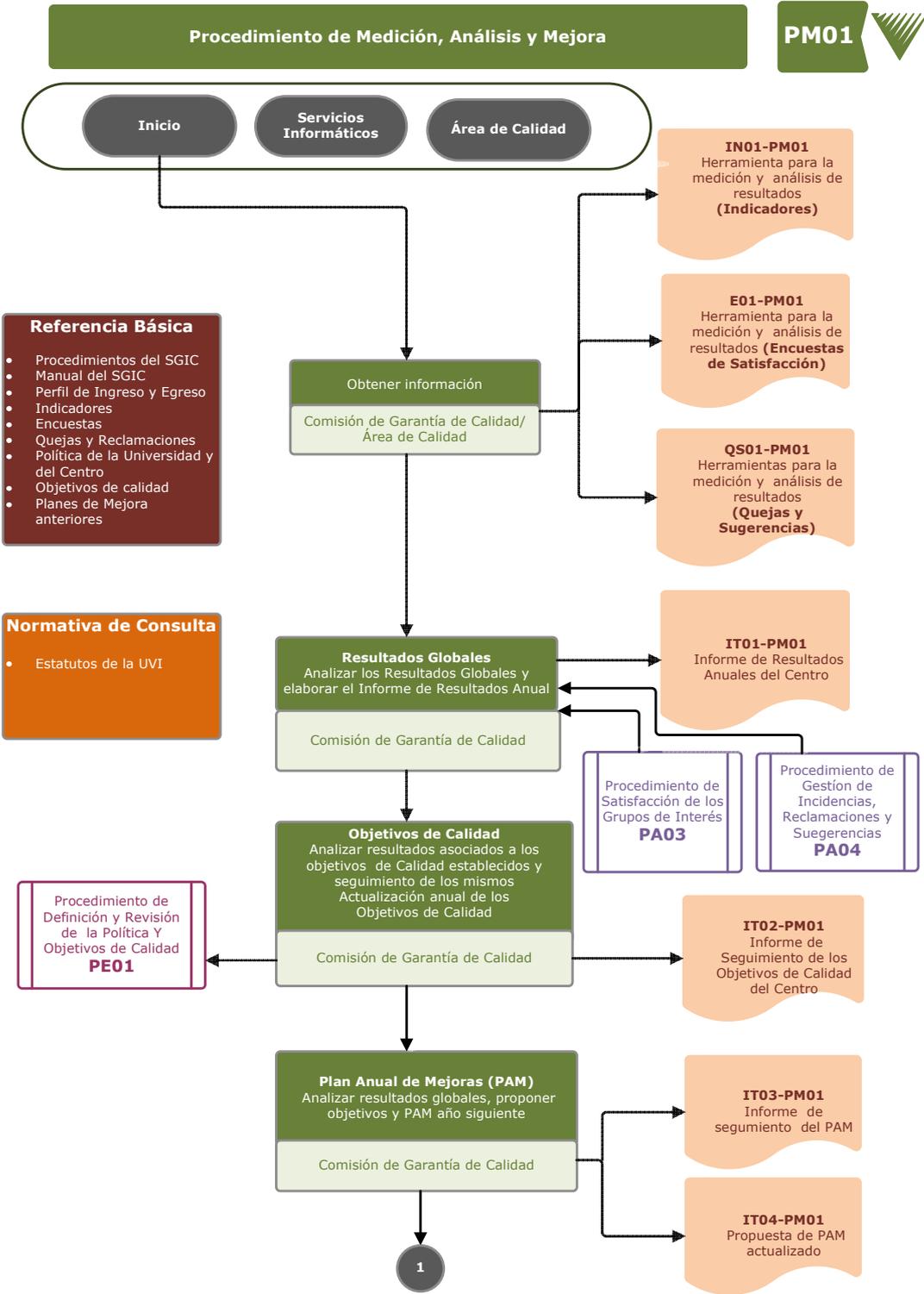
	desarrollo del procedimiento
<b>MECANISMOS TOMA DE DECISIONES</b>	Ver apartados 5 y 6 del procedimiento.
<b>RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN</b>	ACSUG, el Área de Calidad de la Universidad de Vigo, junto con la Comisión de Garantía de Calidad de la Escuela y el Coordinador de Calidad recogerán la información oportuna.
<b>SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y MEJORA</b>	Tras el análisis de la información, la CGC elaborará un informe de resultados, proponiendo las mejoras que se consideren oportunas. La CGC propone así mismo las modificaciones y mejoras al procedimiento cuando sea necesario
<b>INFORMACIÓN PÚBLICA</b>	El Equipo Directivo, junto con el/la Coordinador-a de Calidad y la Comisión de Garantía de Calidad, promoverán la información pública pertinente a la vista de los resultados obtenidos, con la finalidad de mantener un permanente flujo de comunicación con los distintos implicados y grupos de interés.  Esta información será publicada en la Web de la Escuela

## 9.6 Procedimientos para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados (estudiantes, personal académico y de administración y servicios, etc) y de atención a las sugerencias o reclamaciones. Criterios específicos en el caso de extinción del título.

A continuación se presentan los diagramas de flujo y las fichas resumen de los procedimientos que la E.U. de Estudios Empresariales tiene definido en su SGIC y en el que se recogen los aspectos detallados.

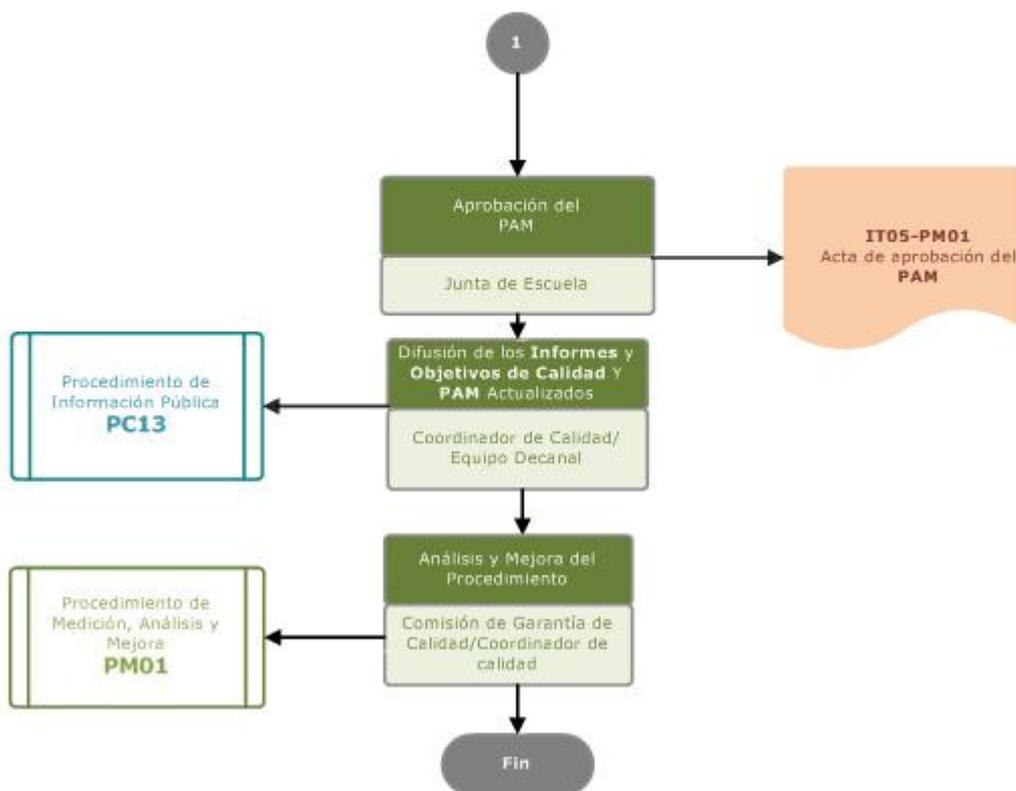
- PM01- Procedimiento de Medición, análisis y mejora
- PA02- Procedimiento de Suspensión.
- PA03- Procedimiento de satisfacción de los grupos de interés
- PA04- Procedimiento para la gestión y revisión de incidencias, reclamaciones y sugerencias.
- PC13-Procedimiento para la información Pública

Diagrama de Flujo del procedimiento PM01



Procedimiento de Medición, Análisis y Mejora

PM01

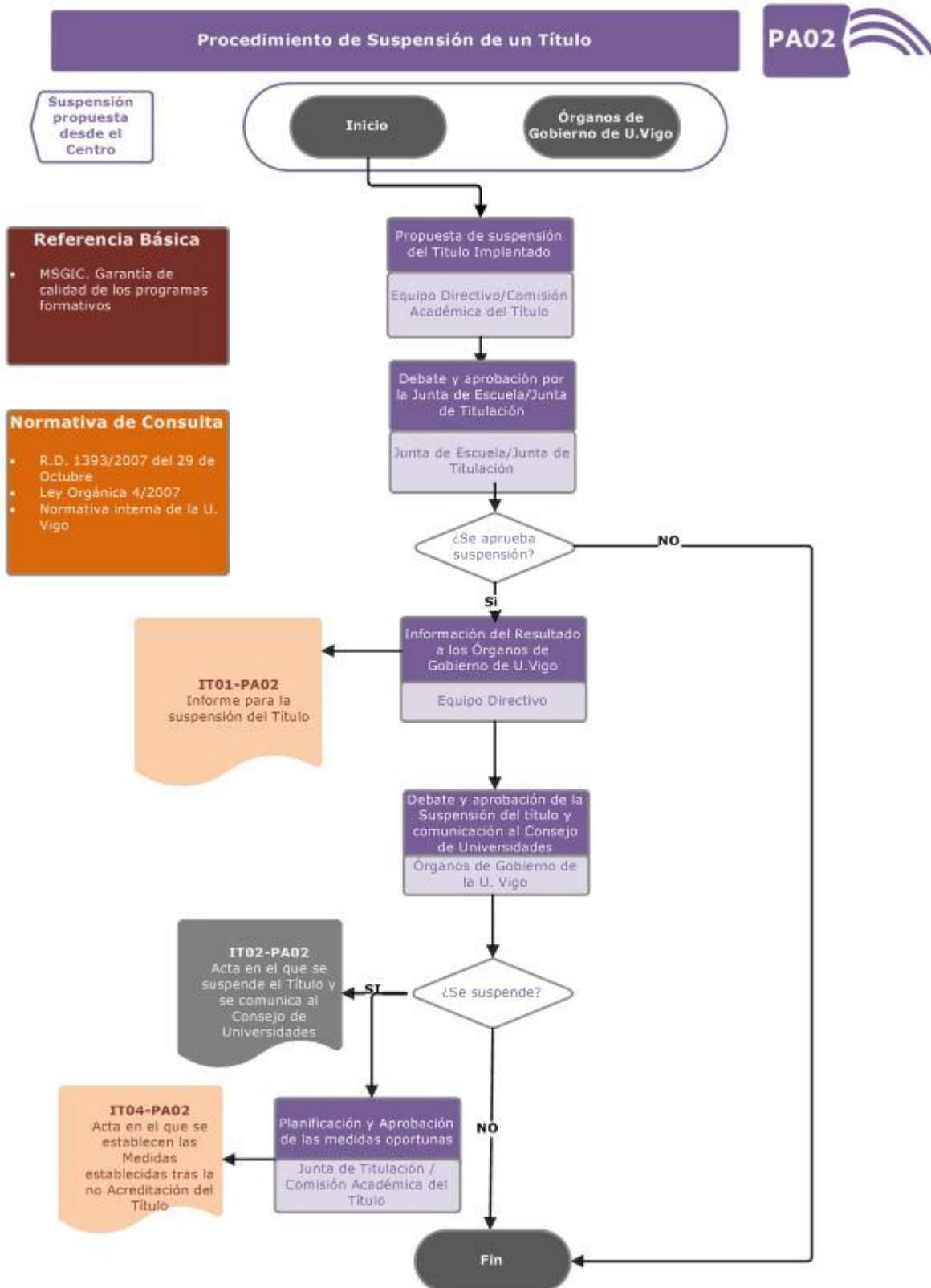


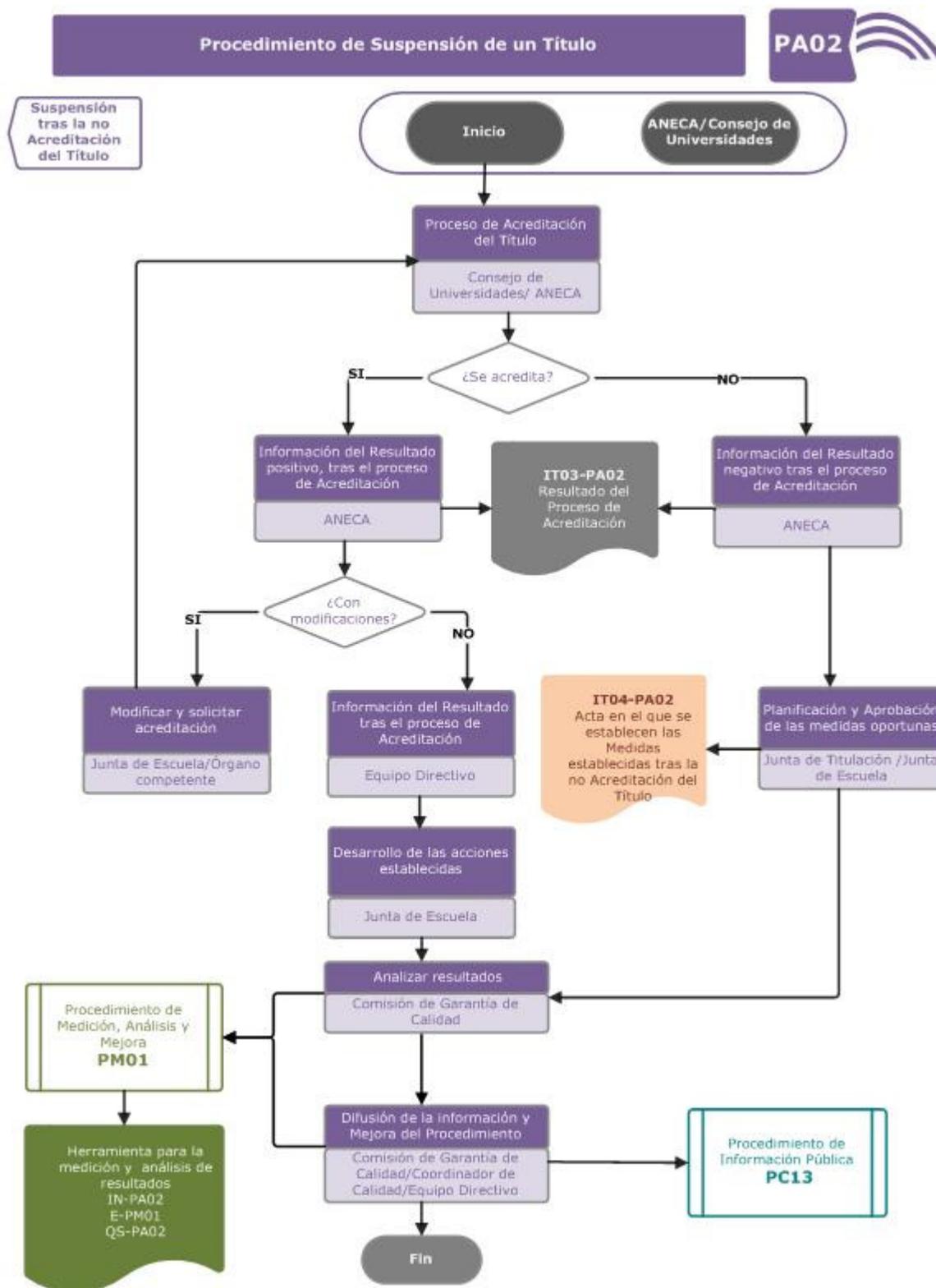
Ficha Resumen del procedimiento PM01

ÓRGANOS /UNIDADES RESPONSABLES	DISEÑO	✓ Comisión de Garantía de Calidad
	APROBACIÓN	✓ Junta de Escuela
	EJECUCIÓN	✓ Equipo Directivo ✓ Comisión de Garantía de Calidad
	SEGUIMIENTO Y MEJORA	✓ Equipo Directivo del Centro ✓ Comisión de Garantía de Calidad ✓ Coordinador de Calidad
OTROS ÓRGANOS IMPLICADOS (EXTERNOS AL CENTRO)		✓ Área de Calidad ✓ Servicios Informáticos

GRUPOS DE INTERÉS	<p><b>IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>Estudiantes</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>PDI</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas</li> <li>✓ <u>PAS</u>: a través de sus representantes en la CGC y participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y desarrollando las acciones administrativas pertinentes</li> <li>✓ <u>Egresados</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Empleadores</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Administraciones Públicas</u>: Aportando y tomando las decisiones que le competen.</li> <li>✓ <u>Sociedad en general</u>: Analizando y reaccionando a las acciones establecidas y los resultados obtenidos</li> </ul>
	<p><b>RENDICIÓN DE CUENTAS</b></p>	<p>Corresponde principalmente al Equipo Directivo del Centro y a la Comisión de Garantía de Calidad responder ante los distintos grupos de interés de los resultados alcanzados en el desarrollo del procedimiento</p>
	<p><b>MECANISMOS TOMA DE DECISIONES</b></p>	<p>Ver apartados 5 y 6 del procedimiento.</p>
	<p><b>RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN</b></p>	<p>El Área de Calidad de la Universidad de Vigo, junto con la Comisión de Garantía de Calidad del Centro y el Coordinador de Calidad recogerá la información oportuna.</p>
	<p><b>SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y MEJORA</b></p>	<p>Tras el análisis de la información, la CGC elaborará un informe de resultados, proponiendo las mejoras que se consideren oportunas. La CGC propone así mismo las modificaciones y mejoras al procedimiento cuando sea necesario</p>
	<p><b>INFORMACIÓN PÚBLICA</b></p>	<p>El Equipo Directivo, junto con el/la Coordinador-a de Calidad y la Comisión de Garantía de Calidad, promoverán la información pública pertinente a la vista de los resultados obtenidos, con la finalidad de mantener un permanente flujo de comunicación con los distintos implicados y grupos de interés.</p> <p>El canal de información principal en el centro será la Web propia del Centro aunque se estudiará la pertinencia de otros canales para garantizar la difusión deseada.</p>

Diagrama de Flujo del procedimiento PA02



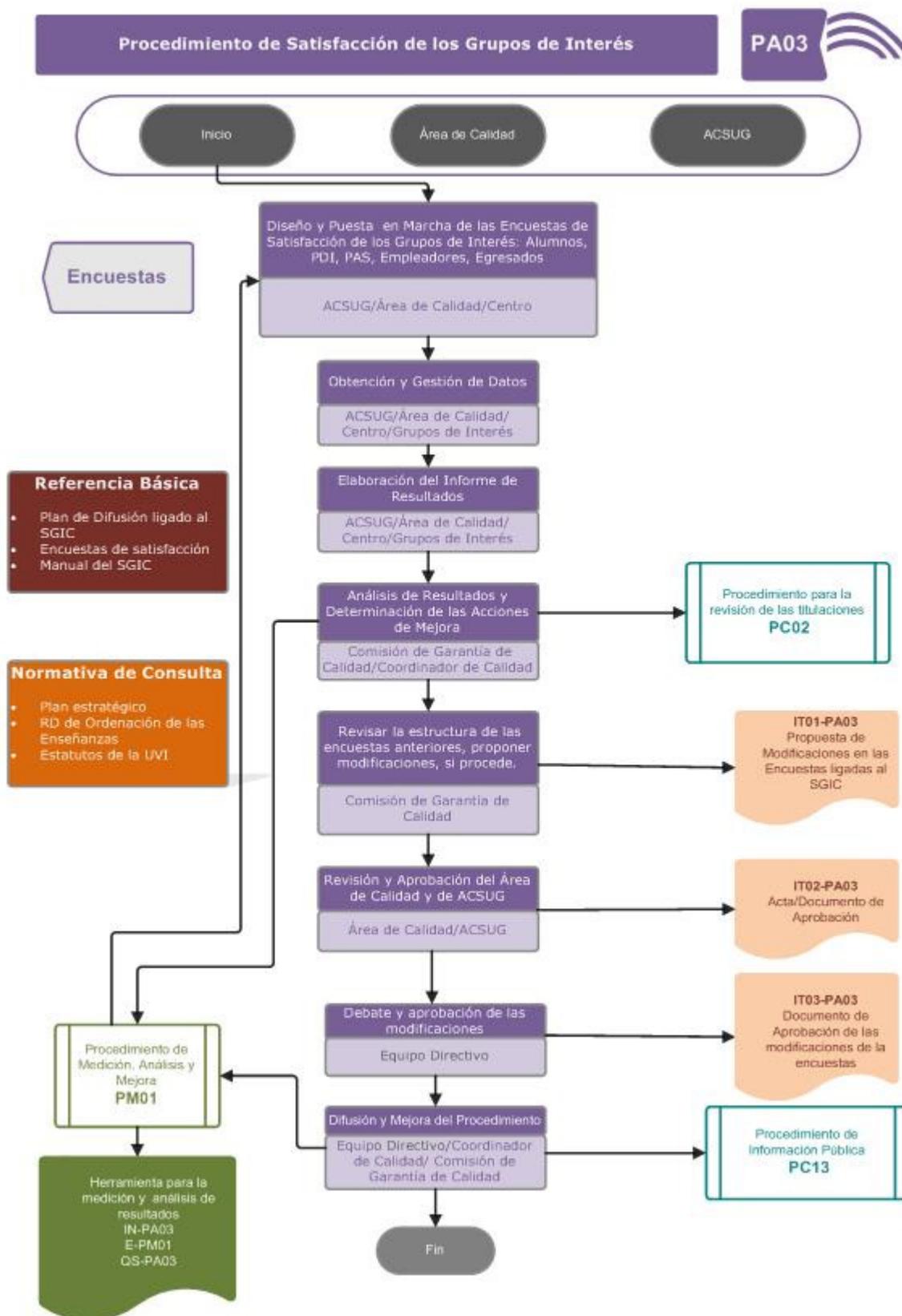


## Ficha Resumen del procedimiento PA02

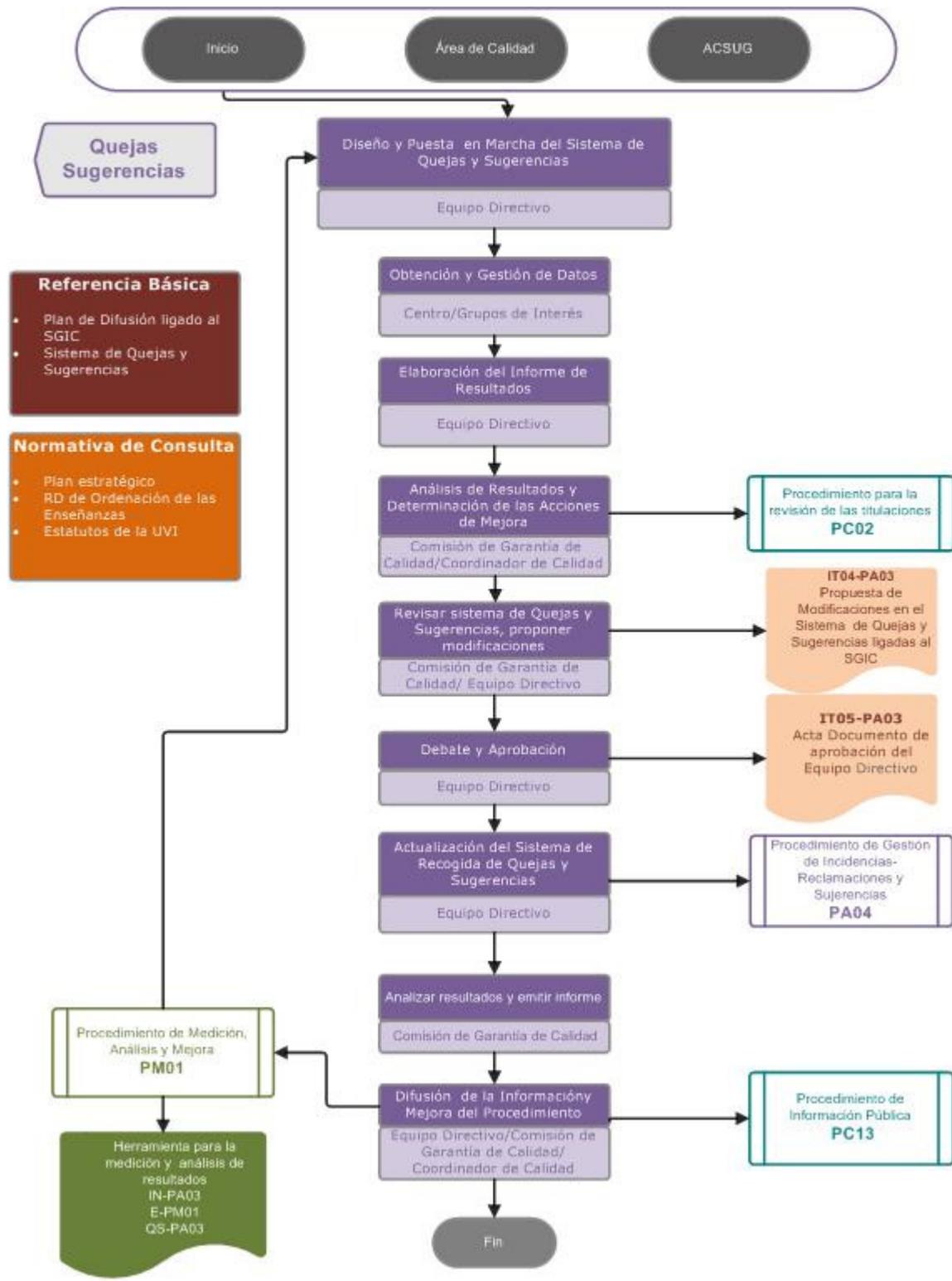
ÓRGANOS /UNIDADES RESPONSABLES	DISEÑO	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Comisión Académica del Título</li> </ul>
	APROBACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Junta de Centro</li> <li>✓ Junta de Titulación</li> </ul>
	EJECUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Junta de Titulación</li> <li>✓ Comisión Académica del Título</li> </ul>
	SEGUIMIENTO Y MEJORA	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo del Centro</li> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Coordinador de Calidad</li> </ul>
OTROS ÓRGANOS IMPLICADOS (EXTERNOS AL CENTRO)		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Órganos de gobierno de U. Vigo</li> <li>✓ ANECA</li> <li>✓ Consejo de Universidades</li> </ul>
GRUPOS DE INTERÉS	IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>Estudiantes</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>PDI</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas</li> <li>✓ <u>PAS</u>: a través de sus representantes en la CGC y participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y desarrollando las acciones administrativas pertinentes.</li> <li>✓ <u>Egresados</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Empleadores</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Administraciones Públicas</u>: Aportando y tomando las decisiones que le competen.</li> <li>✓ <u>Sociedad en general</u>: Analizando y reaccionando a las acciones establecidas y los resultados obtenidos</li> </ul>
	RENDICIÓN DE CUENTAS	Los Órganos de Gobierno de U. Vigo y el Equipo Directivo (en lo que le afecte) velarán por la difusión eficaz a la sociedad de la suspensión del plan de estudios del Centro, así como de las actuaciones que se realicen desde el Centro para garantizar a los estudiantes el desarrollo efectivo de las enseñanzas que estos hubieran iniciado.
	MECANISMOS TOMA DE DECISIONES	Ver apartados 5 y 6 el procedimiento.
RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN		La Comisión de Garantía de Calidad del Centro y el Coordinador de Calidad recogerán la información oportuna relacionada el Título suspendido así los criterios establecidos para suspender el Título, analizándola posteriormente

<p><b>SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y MEJORA</b></p>	<p>Tras el análisis de la información, la CGC, junto con el Equipo Directivo y los Órganos de Gobierno de U. Vigo elaborarán un informe de resultados, proponiendo las mejoras que se consideren oportunas y garantizando la adecuada gestión de la suspensión del título. La CGC propone así mismo las modificaciones y mejoras al procedimiento cuando sea necesario</p>
<p><b>CRITERIOS QUE PUEDEN IMPLICAR LA SUSPENSIÓN DE UN TÍTULO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No se supere el proceso de acreditación previsto en el artículo 27 del RD1393/2007.</li> <li>✓ No exista demanda de matrícula en función del número mínimo necesario establecido por la normativa vigente, nacional, autonómica o de la propia Universidad.</li> <li>✓ Que el centro no cuente con departamentos o estructuras docentes e investigadoras adecuadas a los fines de la formación.</li> <li>✓ Que el centro no cuente con los necesarios medios materiales (espacios, instalaciones, laboratorios, equipamiento científico, técnico o artístico, recursos bibliográficos etc.) que aseguren el adecuado funcionamiento de los servicios correspondientes a las enseñanzas impartidas.</li> <li>✓ Cuando concorra cualquier situación excepcional que impida el correcto desarrollo del plan de estudios.</li> </ul>
<p><b>CRITERIOS PARA ABORDAR LA EVENTUAL SUSPENSIÓN DE UN TÍTULO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No admitir matrículas de nuevo ingreso en la titulación,</li> <li>✓ La supresión gradual de la impartición de la docencia.</li> <li>✓ La impartición de acciones tutoriales y de orientación específicas a los estudiantes repetidores.</li> <li>✓ El derecho a evaluación hasta consumir las convocatorias reguladas por los Estatutos de la U. Vigo</li> <li>✓ Estudiar la posibilidad de la conversión del título oficial a título propio.</li> </ul>
<p><b>INFORMACIÓN PÚBLICA</b></p>	<p>El Equipo Directivo, junto con el/la Coordinador-a de Calidad y la Comisión de Garantía de Calidad, promoverán la información pública pertinente a la vista de los resultados obtenidos, con la finalidad de mantener un permanente flujo de comunicación con los distintos implicados y grupos de interés.</p> <p>El canal de información principal en el centro será la Web propia del Centro aunque se estudiará la pertinencia de otros canales para garantizar la difusión deseada.</p> <p>Los Órganos de Gobierno de U. Vigo participarán así mismo en el proceso de información pública relacionada con el procedimiento.</p>

Diagrama de Flujo del procedimiento PA03



**Procedimiento de Satisfacción de los Grupos de Interés** **PA03** 



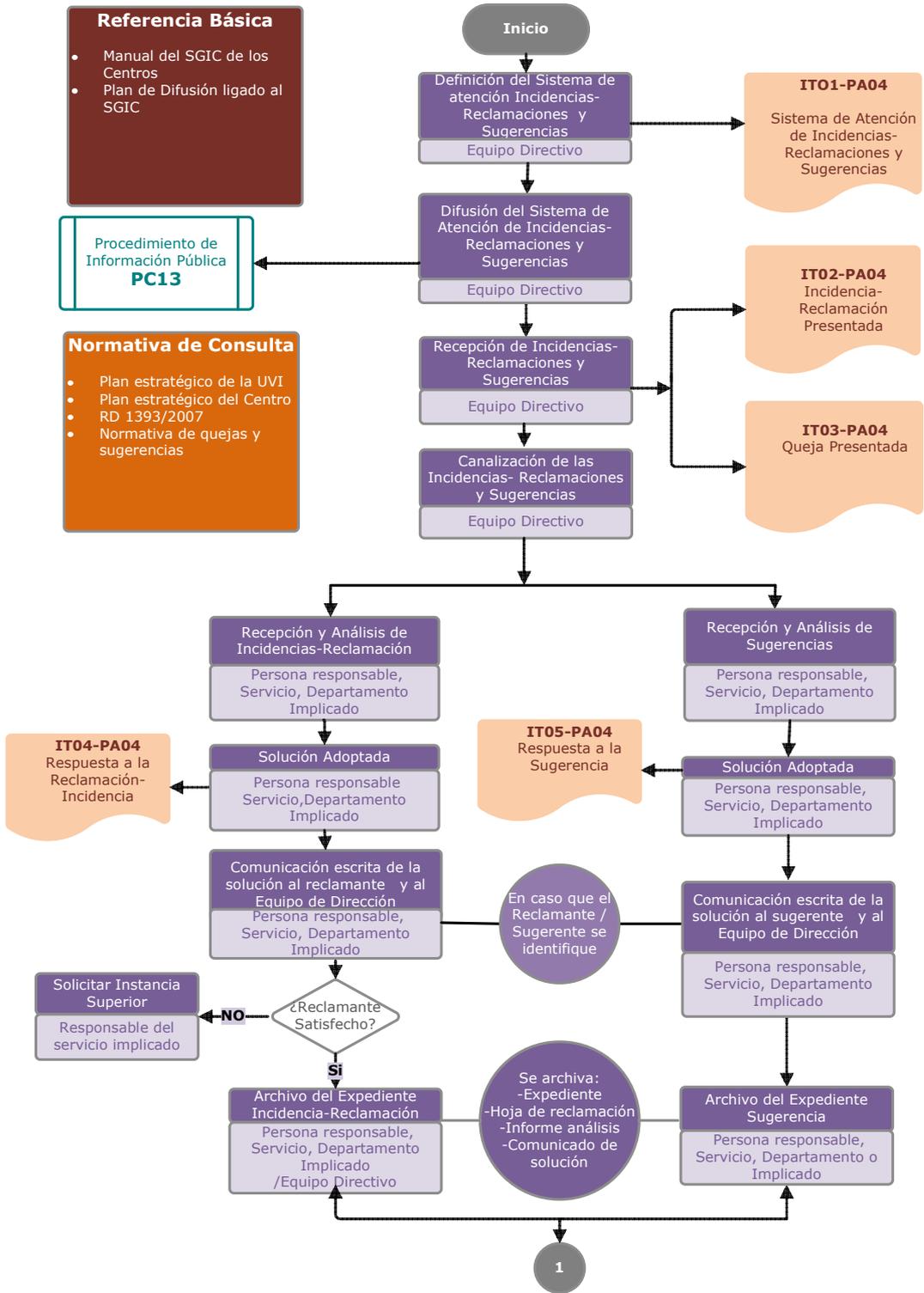
## Ficha Resumen del procedimiento PA03

<b>ÓRGANOS /UNIDADES RESPONSABLES</b>	<b>DISEÑO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Equipo Directivo</li> </ul>
	<b>APROBACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> </ul>
	<b>EJECUCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Grupos de Interés</li> </ul>
	<b>SEGUIMIENTO Y MEJORA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo del Centro</li> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Coordinador de Calidad</li> </ul>
<b>OTROS ÓRGANOS IMPLICADOS (EXTERNOS AL CENTRO)</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Área de Calidad</li> <li>✓ ACSUG</li> </ul>
<b>GRUPOS DE INTERÉS</b>	<b>IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estudiantes: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ PDI: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas</li> <li>✓ PAS: a través de sus representantes en la CGC y participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y desarrollando las acciones administrativas pertinentes.</li> <li>✓ Egresados: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ Empleadores: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ Administraciones Públicas: Aportando y tomando las decisiones que le competen.</li> <li>✓ Sociedad en general: Analizando y reaccionando a las acciones establecidas y los resultados obtenidos</li> </ul>
<b>RENDICIÓN DE CUENTAS</b>		Comisión de Garantía de Calidad y El Equipo Directivo con la colaboración del Área de Calidad deberán rendir cuentas a los distintos grupos de interés, informándoles de los resultados obtenidos.
<b>MECANISMOS TOMA DE DECISIONES</b>		Ver apartados 5 y 6 del procedimiento.
<b>RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN</b>		La Comisión de Garantía de Calidad del Centro y el Coordinador de Calidad con el apoyo del Área de Calidad recogerán la información oportuna analizándola posteriormente

<p><b>SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y MEJORA</b></p>	<p>Tras el análisis de la información, la CGC, junto con el Equipo Directivo o el Coordinador/a de Calidad elaborarán un informe de resultados, proponiendo las mejoras que se consideren oportunas, si fuera necesario, incluso aquellas que afectan al plan de estudios siguiendo para ello el procedimiento PC02, "<i>Procedimiento para la revisión de las Titulaciones</i>"</p> <p>La CGC propone así mismo las modificaciones y mejoras al procedimiento cuando sea necesario</p>
<p><b>SISTEMAS-MECANISMOS PARA LA GESTIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Encuestas de satisfacción</li> <li>✓ Representación de los grupo de interés en la Comisión de Garantía de Calidad del Centro</li> <li>✓ Sistema estandarizado para la formulación de Quejas y Sugerencias</li> <li>✓ Invitaciones para participar en las reuniones de distintos Órganos de Gobierno del Centro para tratar temas de su interés</li> </ul>
<p><b>INFORMACIÓN PÚBLICA</b></p>	<p>El Equipo Directivo, junto con la Comisión de Garantía de Calidad, promoverá la información pública pertinente a la vista de los resultados obtenidos, con la finalidad de mantener un permanente flujo de comunicación con los distintos implicados y grupos de interés.</p> <p>El canal de información principal en el centro será la Web propia del Centro aunque se estudiará la pertinencia de otros canales para garantizar la difusión deseada.</p> <p>El Área de Calidad facilitará informes de satisfacción derivados de las encuestas para su análisis, revisión y difusión por parte del Equipo Directivo, de la Comisión de Garantía de Calidad y del Coordinador de Calidad del Centro</p>

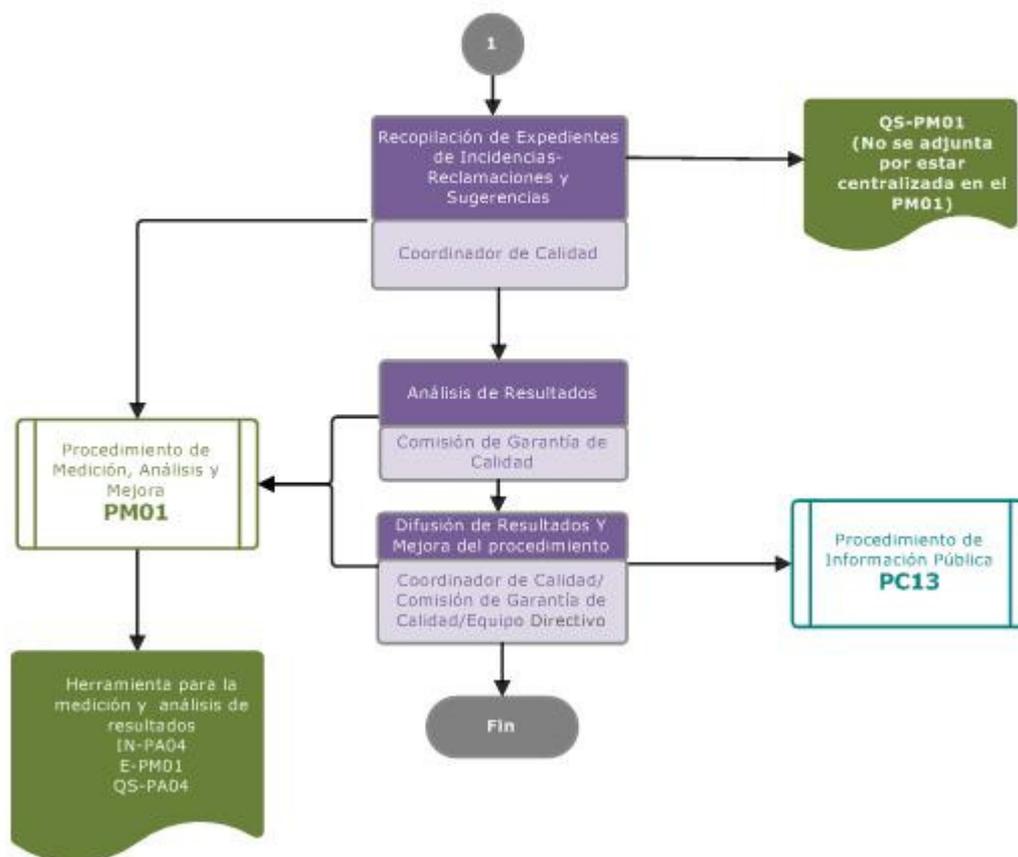
Diagrama de Flujo del procedimiento PA04

Procedimiento para la Gestión Y Revisión de Incidencias, Reclamaciones y Sugerencias PA04



Procedimiento para la Gestión y Revisión de Incidencias, Reclamaciones y Sugerencias

PA04

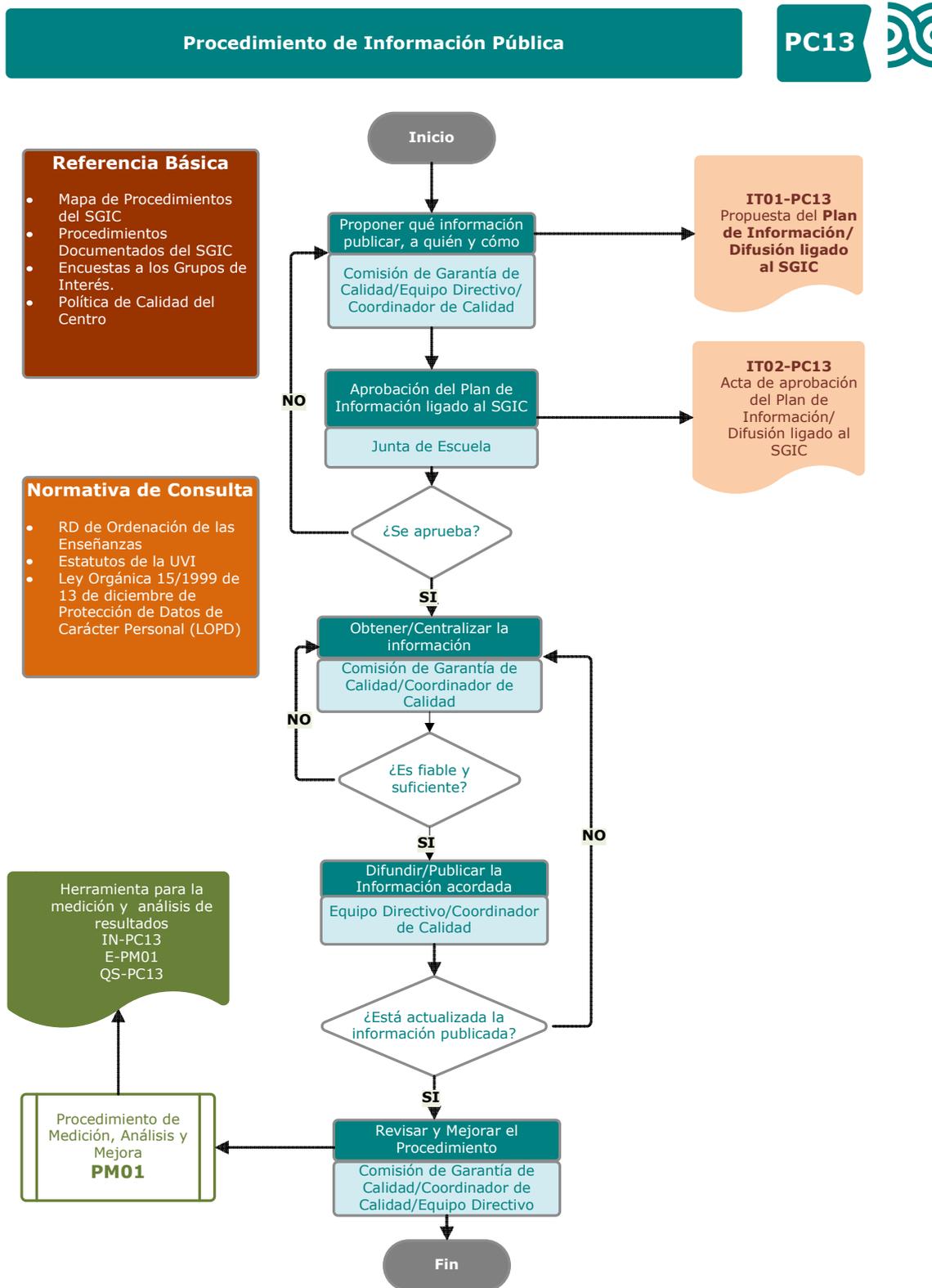


Ficha Resumen del procedimiento PA04

<b>ÓRGANOS / UNIDADES RESPONSABLES</b>	<b>DISEÑO</b>	✓ Equipo Directivo
	<b>APROBACIÓN</b>	✓ Equipo Directivo
	<b>EJECUCIÓN</b>	✓ Equipo Directivo ✓ Comisión de Garantía de Calidad ✓ Coordinador de Calidad ✓ Órgano, persona, servicio o Departamento implicado
	<b>SEGUIMIENTO Y MEJORA</b>	✓ Equipo Directivo del Centro ✓ Comisión de Garantía de Calidad ✓ Coordinador de Calidad
<b>OTROS ÓRGANOS IMPLICADOS (EXTERNOS AL CENTRO)</b>		

GRUPOS DE INTERÉS	<p><b>IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>Estudiantes</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>PDI</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas</li> <li>✓ <u>PAS</u>: a través de sus representantes en la CGC y participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y desarrollando las acciones administrativas pertinentes.</li> <li>✓ <u>Egresados</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Empleadores</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Administraciones Públicas</u>: Aportando y tomando las decisiones que le competen.</li> <li>✓ <u>Sociedad en general</u>: Analizando y reaccionando a las acciones establecidas y los resultados obtenidos</li> </ul>
	<p><b>RENDICIÓN DE CUENTAS</b></p>	<p>El Equipo Directivo del Centro, junto con el Coordinador de Calidad, centralizará las Quejas y sugerencias presentadas derivándolas a los implicados en las mismas para que aporten una respuesta a las mismas.</p> <p>Las reclamaciones presentadas en los registros de la Universidad serán así mismo enviadas a sus destinatarios que formularán una respuesta a la misma de acuerdo a las normativas de aplicación. Responderán de las mismas ante los Órganos Superiores competentes si procediese</p>
	<p><b>MECANISMOS TOMA DE DECISIONES</b></p>	<p>Ver apartados 5 y 6 del procedimiento.</p>
	<p><b>RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN</b></p>	<p>La Comisión de Garantía de Calidad del Centro y el Coordinador de Calidad con el apoyo del Área de Calidad recogerán la información oportuna analizándola posteriormente</p>
	<p><b>SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y MEJORA</b></p>	<p>Tras el análisis de la información, la CGC, junto con el Equipo Directivo elaborarán un informe de resultados, proponiendo las mejoras que se consideren oportunas. La CGC propone así mismo las modificaciones y mejoras al procedimiento cuando sea necesario</p>
	<p><b>INFORMACIÓN PÚBLICA</b></p>	<p>El Equipo Directivo, junto con el/la Coordinador-a de Calidad y la Comisión de Garantía de Calidad, promoverán la información pública pertinente a la vista de los resultados obtenidos, con la finalidad de mantener un permanente flujo de comunicación con los distintos implicados y grupos de interés.</p> <p>El canal de información principal para dar respuesta a las quejas, reclamaciones y sugerencias será el escrito, dirigiéndose directamente a la persona o grupo que formula la queja, sugerencia o reclamación (en los casos en que este-s sean conocido) de forma personal</p>

Diagrama de Flujo del procedimiento PC13



## Ficha Resumen del procedimiento PC13

<b>ÓRGANOS / UNIDADES RESPONSABLES</b>	<b>DISEÑO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Coordinador de Calidad</li> </ul>
	<b>APROBACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Junta de Escuela</li> </ul>
	<b>EJECUCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Coordinador de Calidad</li> </ul>
	<b>SEGUIMIENTO Y MEJORA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipo Directivo</li> <li>✓ Comisión de Garantía de Calidad</li> <li>✓ Coordinador de Calidad</li> </ul>
<b>OTROS ÓRGANOS IMPLICADOS (EXTERNOS AL CENTRO)</b>		(No hay otros órganos implicados directamente en el sistema de información pública ligado al Centro)
<b>GRUPOS DE INTERÉS</b>	<b>IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>Estudiantes</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>PDI</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción, presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas</li> <li>✓ <u>PAS</u>: a través de sus representantes en la CGC y participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas y desarrollando las acciones administrativas pertinentes</li> <li>✓ <u>Egresados</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Empleadores</u>: a través de sus representantes en la CGC, participando en las encuestas de satisfacción y presentando las reclamaciones y sugerencias que considere oportunas.</li> <li>✓ <u>Administraciones Públicas</u>: Aportando y tomando las decisiones que le competen.</li> <li>✓ <u>Sociedad en general</u>: Analizando y reaccionando a las acciones establecidas y los resultados obtenidos</li> </ul>
	<b>RENDICIÓN DE CUENTAS</b>	Corresponde principalmente al Equipo Directivo del Centro responder ante los distintos grupos de interés de los resultados alcanzados en el desarrollo del procedimiento
<b>MECANISMOS TOMA DE DECISIONES</b>		Ver apartados 5 y 6 del procedimiento.
<b>RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN</b>		El Área de Calidad de la Universidad de Vigo, junto con la Comisión de Garantía de Calidad del Centro y el Coordinador de Calidad recogerán la información oportuna.
<b>SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y MEJORA</b>		Tras el análisis de la información, la CGC elaborará un informe de resultados, proponiendo las mejoras que se consideren oportunas. La CGC propone así mismo las modificaciones y mejoras al procedimiento

**INFORMACIÓN PÚBLICA**

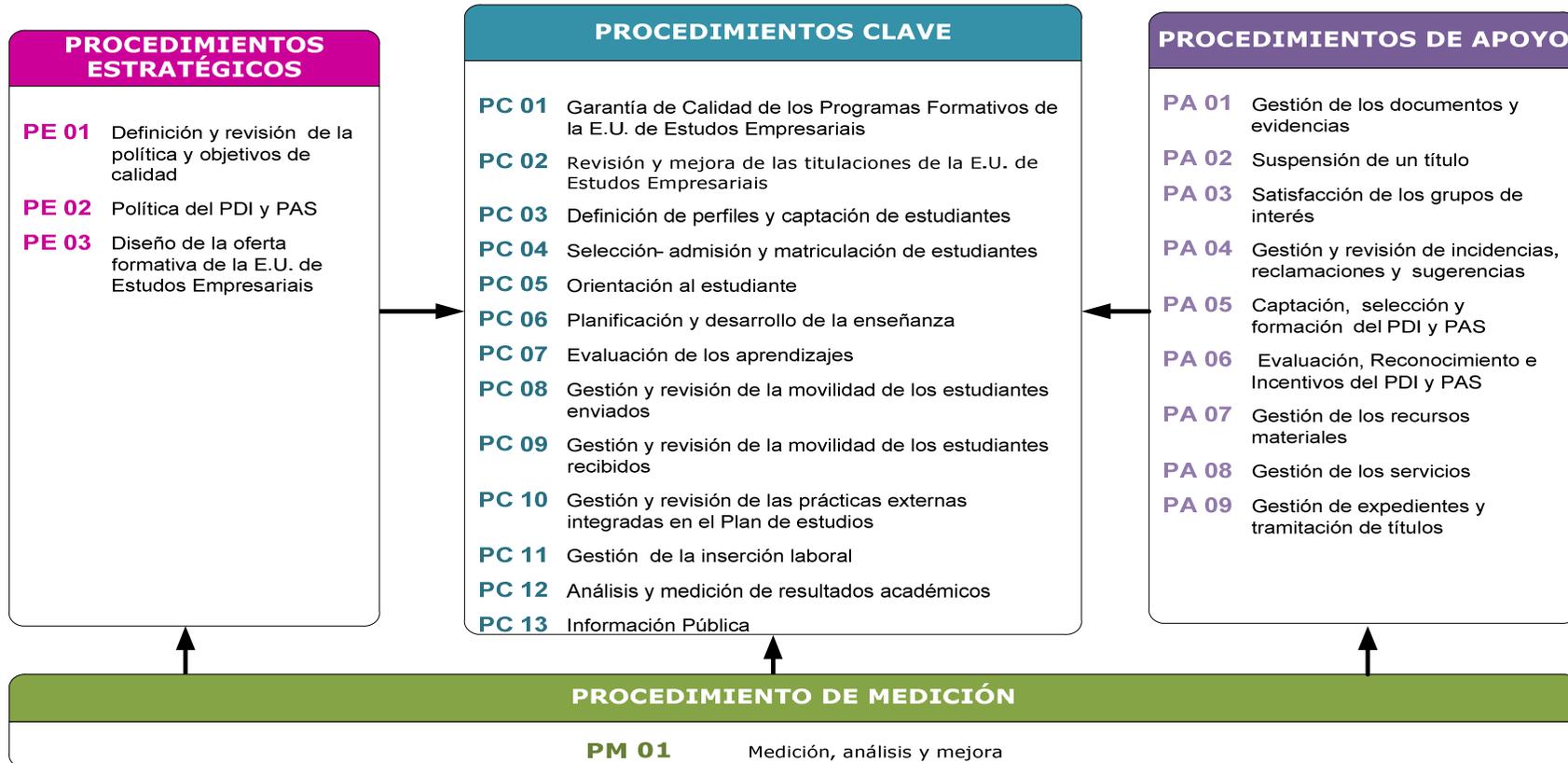
cuando sea necesario

El Equipo Directivo, junto con el/la Coordinador-a de Calidad y la Comisión de Garantía de Calidad, promoverán la información pública pertinente a la vista de los resultados obtenidos, con la finalidad de mantener un permanente flujo de comunicación con los distintos implicados y grupos de interés.

El canal de información principal en el centro será la Web y los tablones de anuncios aunque se estudiará la pertinencia de otros canales para garantizar la difusión deseada.



# MAPA DE PROCEDIMIENTOS DE LA E.U DE ESTUDIOS EMPRESARIAIS DE LA UNIVERSIDADE DE VIGO





Se considera que en ningún caso el Trabajo de Fin de Grado podrá ser convalidado.

A continuación presentamos el procedimiento de adaptación de las materias de la Diplomatura en Ciencias Empresariales de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Vigo que se extingue, y que tienen reconocimiento en el nuevo Grado en Comercio.

DIPLOMATURA EN CC EMPRESARIALES				GRADO EN COMERCIO			
Código	Materia	Créd.	Car.	Código	Materia	ETCS	Car.
306011101	Contabilidad Financiera	12	Tronc.		Empresa: Fundamentos de Contabilidad	6	FB.
					Contabilidad Financiera	6	Obl.
306011103	Estadística	9	Obl.		Estadística	6	FB
306011105	Introducción al Derecho Empresarial	4,5	Tronc		Derecho Mercantil	6	Obl.
306011106	Matemáticas	9	Tronc.		Matemáticas	6	Obl.
306011122	Idioma Empresarial–Comercial I: alemán	4,5	Obl.		Idioma comercial: alemán	6	Obl.
306011123	Idioma Empresarial–Comercial I: francés	4,5	Obl.		Idioma comercial: francés	6	Obl.
306011124	Idioma Empresarial–Comercial I: inglés	4,5	Obl.		Idioma comercial: inglés	6	Obl.
306011201	Contabilidad de Costes I	4,5	Tronc.		Contabilidad de Costes	6	Obl.
306011202	Derecho laboral	4,5	Tronc.		Derecho del trabajo	6	Obl.
306011204	Dirección comercial	9	Obl.		Empresa: Fundamentos de Marketing	6	Obl.
306011205	Dirección Financiera	9	Tronc.		Decisiones de Inversión en el Comercio	6	Obl.
306011205	Dirección Financiera	9	Tronc.		Decisiones de Financiación en el Comercio	6	Obl.
306011634	Planificación Financiera	4,5	Opt.				
306011206	Economía Española y Mundial I	6	Tronc.		Economía: Economía Española y Mundial	6	Obl.
306011208	Matemáticas Financieras I	6	Tronc.		Empresa: Matemáticas Comerciales	6	Obl.
306011221	Contabilidad de Sociedades	4,5	Obl.		Combinaciones de Negocios	6	Opt.
306011651	Análisis y consolidación de estados contables	6	Opt.				
306011706	Idioma Empresarial–Comercial II: alemán	4,5	Opt.		Idioma para la negociación intercultural: alemán	6	Obl.

306011614	Idioma Empresarial: alemán	4,5	Opt.				
306011622	Idioma Comercial: alemán	4,5	Opt.				
306011614	Idioma Empresarial: alemán	4,5	Opt.		Idioma para la comunicación internacional: alemán	6	Opt.
306011622	Idioma Comercial: alemán	4,5	Opt.				
306011707	Idioma Empresarial- Comercial II: francés	4,5	Opt.		Idioma para la negociación intercultural: francés	6	Obl.
306011615	Idioma Empresarial: francés	4,5	Opt.				
306011623	Idioma Comercial: francés	4,5	Opt.				
306011615	Idioma Empresarial: francés	4,5	Opt.		Idioma para la comunicación internacional: francés	6	Opt.
306011623	Idioma Comercial: francés	4,5	Opt.				
306011708	Idioma Empresarial- Comercial II: inglés	4,5	Opt.		Idioma para la negociación intercultural: inglés	6	Obl.
306011616	Idioma Empresarial: inglés	4,5	Opt.				
306011624	Idioma Comercial: inglés	4,5	Opt.				
306011616	Idioma Empresarial: inglés	4,5	Opt.		Idioma para la comunicación internacional: inglés	6	Opt.
306011624	Idioma Comercial: inglés	4,5	Opt.				
306011709	Legislación Mercantil	4,5	Opt.		Contratación Mercantil	6	Opt.
306011710	Macroeconomía	4,5	Opt.		Economía:Macroeconomía	6	Obl.
306011711	Microeconomía	4,5	Opt.		Economía:Microeconomía	6	Obl.
306011301	Contabilidad de Costes II	4,5	Tronc.		Contabilidad de Gestión	6	Obl.
306011322	Fiscalidad de la Empresa	4,5	Obl.		Régimen Fiscal de la Empresa	6	Obl.
306011611	Creación de Empresas	4,5	Opt.		Creación de Empresas Comerciales	6	Obl.
306011617	Investigación operativa	4,5	Opt.				
306011618	Logística Empresarial. Métodos y modelos de las operaciones de	4,5	Opt.		Gestión de Aprovisionamientos y distribución comercial	6	Obl.

	gestión						
306011625	Investigación de mercados	4,5	Opt.		Investigación de Mercados	6	Opt.
306011626	Marketing Estratégico	4,5	Opt.		Marketing Estratégico	6	Obl.
306011627	Marketing Internacional	4,5	Opt.		Marketing Internacional	6	Obl.
306011628	Técnicas de comercio exterior	4,5	Opt.		Gestión de Comercio Exterior	6	Obl.
306011629	Técnicas de Muestreo	4,5	Opt.		Muestreo Aplicado a la Investigación de Mercados	6	Obl.
306011642	Métodos y Técnicas de investigación social	6	Opt.		Técnicas de investigación Social	6	Opt.
306011644	Relaciones laborales y de la seg. social	4,5	Opt.		Instituciones de la seguridad social	6	Opt.
306011651	Análisis y consolidación de estados contables	6	Opt.		Presentación e Interpretación de la Información Financiera	6	Obl.
306011207	Informática Aplicada a la Gestión Empresarial	6	Tronc.		Informática Aplicada a la Gestión Comercial	6	Obl.
					Empresa: Principios de Gestión Responsable	6	Obl.
					Sociología: Sociología del Consumo	6	Obl.
					Planificación de Recursos de Planificación Integrados	6	Obl.
					Estrategia Empresarial y Gestión de Ayudas	6	Obl.
					Tributación de las Operaciones Comerciales	6	Obl.
					Sistemas de Información Integrados para la Gestión	6	Obl.
					Trabajo Fin de Grado	6	Obl.
					Prácticas Externas	6	Obl.
					Gestión de Riesgos Financieros y Comerciales	6	Opt.
					Habilidades personales, directivas y comerciales	6	Opt.
					Economía Internacional	6	Opt.

					Investigación Operativa en la Empresa Comercial	6	Opt.
					Historia Económica y del Comercio	6	Opt.
					Comercio Electrónico: elementos informáticos	6	Opt.

### Enseñanzas que se extinguen

Título de Diplomado en Ciencias Empresariales (B.O.E. de 4/12/2001, número 290), impartido por la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de la Universidad de Vigo .

La extinción del plan de estudios anterior será progresiva de acuerdo al apartado a) de la Disposición Transitoria segunda. Enseñanzas anteriores del RD 1393/2007, que establece que los estudiantes que en fecha de entrada en vigor de este Real Decreto, hubiesen iniciado estudios universitarios oficiales conforme la anterior ordenación, les será de aplicación las disposiciones reguladoras por la que hubieran iniciado sus estudios, sin perjuicio de lo establecido en la Disposición Adicional Segunda de este Real Decreto, hasta el 30 de septiembre de 2015, en que quedarán definitivamente extinguidas.

Las normas de extinción que afectan a este plan de estudios están definidas en el apartado 6 del documento "Directrices propias de la Universidad de Vigo sobre estructura y organización académica de los planes de estudio" aprobado en sesión ordinaria de la Junta de Gobierno de 13 de septiembre de 1999. Este documento se encuentra disponible en la web de la Secretaría General (<http://webs.uvigo.es/sxeralweb>) en el apartado "Normativa UVI", sección "Organización Académica"

# ÍNDICE

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO .....	2
1.1 Representante Legal de la universidad .....	2
Responsable del título .....	2
Universidad solicitante .....	2
Dirección a efectos de notificación .....	2
1.2 Descripción del título.....	2
2. Justificación del título propuesto .....	5
2.1. Interés académico, científico o profesional del mismo.....	5
2.1.1. Justificación del nombre elegido para el Grado.....	5
2.1.2. Justificación Académica .....	5
2.1.2. Interés Científico .....	7
2.1.3. Interés Profesional .....	8
2.2. Normas reguladoras del ejercicio profesional.....	9
2.3. Referentes internos y externos .....	9
2.4. Descripción de los procedimientos de consulta utilizados para la elaboración del plan de estudios.....	17
2.4.1. Descripción de los procedimientos de consulta internos .....	17
2.4.1. Descripción de los procedimientos de consulta externos .....	18
3. Objetivos.....	20
3.1. Objetivos .....	20
Objetivos generales del título .....	20
3.2.: Relación de competencias generales y específicas que los estudiantes deben adquirir .....	21
3.2.1.: Competencias generales.....	21
3.2.2.: Competencias generales transversales.....	22
3.2.3.: Competencias específicas .....	22
4. Acceso y admisión de estudiantes .....	25
4.1. Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la Universidad y a la titulación.....	25
4.2. Criterios de acceso y condiciones o pruebas de acceso especiales .....	26
4.3. Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados .....	27
4.4. Transferencia y reconocimiento de créditos: sistema propuesto por la Universidad.....	28
5. Planificación de la enseñanza .....	30
5.1. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia. ....	30
Esquema general del plan de estudios: .....	30
5.2. Planificación de la gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida.....	33
5.2.1. Intercambios internacionales.....	34
5.3. Descripción detallada de los módulos, materias y asignaturas de que consta el plan de estudios .....	36

5.3.1 Esquema general del plan de estudios .....	36
5.3.2. Distribución de módulos, materias y asignaturas .....	36
5.3.3. Distribución temporal de asignaturas.....	39
5.3.4. Tbla de correlacion entre los modulos y adquisición de las competencias .....	41
5.3.5. Fichas de módulos y asignaturas.....	42
MODULO 1: CONTEXTO EMPRESARIAL .....	42
ASIGNATURA: ECONOMIA ESPAÑOLA Y MUNDIAL.....	44
ASIGNATURA: RÉGIMEN FISCAL DE LA EMPRESA .....	45
ASIGNATURA: ECONOMÍA INTERNACIONAL.....	47
ASIGNATURA: DERECHO MERCANTIL .....	47
ASIGNATURA: DERECHO DEL TRABAJO.....	49
ASIGNATURA: TRIBUTACIÓN DE LAS OPERACIONES COMERCIALES.....	51
ASIGNATURA: INSTITUCIONES DE LA SEGURIDAD SOCIAL .....	52
ASIGNATURA: CONTRATACIÓN MERCANTIL.....	53
MODULO 2: ANÁLISIS Y FORMALIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL.....	56
ASIGNATURA: MICROECONOMÍA .....	57
ASIGNATURA: MACROECONOMÍA.....	58
ASIGNATURA: HISTORIA ECONÓMICA Y DEL COMERCIO .....	60
ASIGNATURA: MATEMATICAS .....	62
ASIGNATURA: ESTADÍSTICA .....	62
ASIGNATURA: INVESTIGACIÓN OPERATIVA EN LA EMPRESA COMERCIAL.....	63
MODULO 3: GESTIÓN DEL COMERCIO .....	65
ASIGNATURA: EMPRESA: PRINCIPIOS DE GESTIÓN RESPONSABLE .....	68
ASIGNATURA: EMPRESA: MATEMÁTICAS COMERCIALES .....	69
ASIGNATURA: DECISIONES DE INVERSION EN EL COMERCIO.....	72
ASIGNATURA: DECISIONES DE FINANCIACION EN EL COMERCIO.....	75
ASIGNATURA: GESTIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS Y COMERCIALES.....	79
ASIGNATURA: SISTEMAS DE INFORMACIÓN INTEGRADOS PARA LA GESTIÓN.....	81
ASIGNATURA: SOCIOLOGÍA: SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO .....	84
ASIGNATURA: EMPRESA: FUNDAMENTOS DE MARKETING .....	85
ASIGNATURA: INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL .....	87
ASIGNATURA: IDIOMA COMERCIAL: INGLÉS, FRANCÉS O ALEMÁN .....	88
ASIGNATURA: MUESTREO APLICADO A LA INVESTIGACION DE MERCADOS.....	89
ASIGNATURA: MARKETING ESTRATÉGICO .....	90
ASIGNATURA: GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTOS Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL.....	92
ASIGNATURA: GESTIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR .....	93
ASIGNATURA: PLANIFICACION DE RECURSOS DE INFORMACIÓN INTEGRADOS .....	95
ASIGNATURA: IDIOMA PARA LA NEGOCIACIÓN INTERCULTURAL: INGLÉS, FRANCÉS O ALEMÁN .....	97
ASIGNATURA: MARKETING INTERNACIONAL .....	98
ASIGNATURA: CREACIÓN DE EMPRESAS COMERCIALES.....	100

ASIGNATURA: HABILIDADES PERSONALES DIRECTIVAS Y COMERCIALES .....	101
ASIGNATURA: TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL .....	103
ASIGNATURA: COMERCIO ELECTRÓNICO: ELEMENTOS INFORMATICOS .....	104
ASIGNATURA: IDIOMA PARA LA COMUNICACIÓN INTERNACIONAL: INGLÉS, FRANCÉS O ALEMÁN .....	105
ASIGNATURA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	106
MODULO 4: GESTIÓN DE LA INFORMACION ECONOMICO -FINANCIERA .....	109
ASIGNATURA: EMPRESA: FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD .....	111
ASIGNATURA: CONTABILIDAD FINANCIERA .....	113
ASIGNATURA: CONTABILIDAD DE COSTES .....	115
ASIGNATURA: CONTABILIDAD DE GESTIÓN .....	116
ASIGNATURA: PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA .....	117
ASIGNATURA: COMBINACIONES DE NEGOCIOS .....	119
MODULO 5 FORMACIÓN INTEGRADORA .....	121
ASIGNATURA: PRÁCTICAS EXTERNAS .....	121
ASIGNATURA: TRABAJO DE FIN DE GRADO .....	122
6. Personal académico .....	124
6.1. Profesorado y otros recursos humanos disponibles y necesarios para llevar a cabo el plan de estudios propuesto .....	124
Otros recursos humanos disponibles .....	128
PREVISIÓN DE PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS NECESARIOS .....	128
Mecanismos de que se dispone para asegurar que la contratación del profesorado se realizará atendiendo a los criterios de igualdad entre hombres y mujeres y de no discriminación de personas con discapacidad. ....	129
6.2. ADECUACIÓN DEL PROFESORADO Y PERSONAL DE APOYO AL PLAN DE ESTUDIOS .....	129
1. Justificación de los recursos humanos disponibles .....	129
2. Procedimiento para garantizar la formación del profesorado .....	132
7. Recursos, materiales y servicios .....	133
7.1. Justificación .....	133
7.2. Previsión .....	138
8. Resultados previstos .....	139
8.1. Valores cuantitativos estimados para los siguientes indicadores y su justificación .....	139
8.1.1. Justificación de los indicadores .....	140
8.2. Progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes .....	141
9. Sistema de Garantía Interna de Calidad .....	142
9.1. Presentación .....	142
9.2 Responsables del Sistema de Garantía Interna de Calidad del Plan de Estudios. ....	142
9.2.1. Los Órganos designados para la gestión del Sistema de Garantía Interna de Calidad del Centro .....	142
9.3 Procedimientos de evaluación y mejora de la Calidad de la Enseñanza y el Profesorado .....	145
9.4 Procedimientos para garantizar la Calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad, y la evaluación de los aprendizajes .....	156
9.5 Procedimientos de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida. ....	176

9.6 Procedimientos para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados (estudiantes, personal académico y de administración y servicios, etc) y de atención a las sugerencias o reclamaciones. Criterios específicos en el caso de extinción del título.....	179
10. Calendario de implantación.....	198
10.1. Cronograma de implantación de la titulación.....	198
Justificación.....	198
10.2. Procedimiento de adaptación en su caso de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios.....	198
Procedimiento.....	198
Enseñanzas que se extinguen.....	202
índice.....	203
ANEXOS.....	207

## ANEXOS

## ANEXO 1

# NORMATIVA DE PERMANENCIA EN LA UNIVERSIDADE DE VIGO

(Aprobada por el Consejo Social el 13-06-2001)

(Modificada el 22-12-2003 / 14-07-2004 / 13-11-2006 / 30-07-2007)

### Preámbulo

Siendo la educación universitaria un derecho ciudadano, es obligación de la Universidade de Vigo proporcionarles a los estudiantes, en la medida en que le permitan sus vías de financiación, los medios materiales y humanos para que puedan recibir una formación actualizada y de calidad. A su vez, el estudiante tiene la responsabilidad de sacar provecho de los medios que la sociedad pone a su disposición siendo, en definitiva, misión de todos garantizar un nivel satisfactorio en la calificación académica de los titulados/as y preocuparse de la utilización eficiente de los recursos proporcionados por el conjunto de la sociedad.

Para cumplir eficazmente esa misión se reconoce la importancia de conseguir un rendimiento mínimo, accesible para cualquier estudiante consciente de sus obligaciones, sin caer en el rigorismo de considerar que unos resultados malos de un curso académico suponen impedimento para continuar los estudios, posibilitando además vías para aquellos estudiantes que, por diferentes circunstancias personales, no consigan el mínimo requerido. Se considera asimismo la importancia de seguir los estudios de manera ordenada y progresiva, tratando de evitar un avance académico inconexo o caótico.

No se puede ignorar que en la actividad de muchos estudiantes la superación de alguna materia supone un esfuerzo desproporcionado en relación a otras del mismo o similar carácter y carga lectiva, convirtiéndose en un obstáculo difícil de superar de cara a su avance académico dentro de la titulación. Se entiende que un mal rendimiento concreto no debe estropear el esfuerzo global en el conjunto de la titulación y que no debería ser una causa de abandono de estudios o de atraso excesivo en la finalización de estos en un tiempo razonable. Por otra parte, para salvaguardar los contenidos formativos globales de los diferentes planes de estudios, se les exige a los estudiantes un esfuerzo en la superación de todas las materias, evitando el abandono a priori de aquellas por las que tengan una menor preferencia o les supongan mayor dificultad.

Estas normas, basadas en la responsabilidad y flexibilidad, constituyen el medio que permite tratar en conjunto los aspectos anteriormente comentados. Para su aplicación es preciso que cada estudiante conozca el contenido de las presentes normas y su situación académica, siendo misión de la Universidade de Vigo facilitar los medios para ese fin.

### **Artículo 1. Requisitos de matriculación en el primer curso de acceso o de reinicio de estudios**

De acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, los estudiantes que se matriculen por primera vez en una titulación de la Universidade de Vigo deberán hacerlo del primer curso completo (ya sea de titulación de 1º ciclo, o de 1º y 2º ciclo).

## Artículo 2. Convocatorias

**2.1.** Para superar las materias incluidas en el plan de estudios, cada estudiante dispondrá de las siguientes convocatorias:

- Seis con carácter general
- Una de gracia (7ª) solicitada al rector que resolverá, por delegación, el director/a o decano/a del centro.

Las pruebas correspondientes a la 5ª, 6ª y 7ª convocatoria y a la de fin de carrera serán valoradas por un tribunal nombrado al efecto según lo establecido en la legislación vigente.

En los casos de materias de planes de estudio dispensados por más de una de las universidades gallegas, el estudiante podrá, en caso de haber agotado todas las convocatorias, solicitar rendir examen en otra universidad gallega en tanto tenga vigencia el convenio establecido para este fin. La calificación obtenida tendrá los mismos efectos que si hubiese sido emitida por la Universidade de Vigo<sup>i</sup>.

La no superación de cualquier asignatura en el número de convocatorias establecido producirá los efectos indicados en el artículo 7.

**2.2.** El estudiante sólo podrá hacer uso de dos convocatorias de examen por curso académico

**2.3.** La no comparecencia a examen tendrá la consideración de convocatoria no consumida y no necesita solicitud previa, salvo en el caso de alumnos/as matriculados por primera vez en una titulación, que tendrán que hacer renuncia expresa a la correspondiente convocatoria de examen, en una materia por lo menos<sup>ii</sup>.

## Artículo 3. Rendimiento académico mínimo (Suspendido temporalmente)

Los estudiantes de la Universidade de Vigo que, matriculándose de más de 36 créditos en materias troncales, obligatorias de universidad y optativas en cada uno de los cursos sucesivos, no consigan en cada curso superar un mínimo del 20% de los créditos matriculados, estarán sujetos a lo indicado en el artículo 7.

Se entiende por cursos sucesivos aquellos en los que el estudiante formalizó matrícula, aunque no se correspondan con cursos académicos consecutivos.

Para que tenga efecto este artículo se tienen que dar las siguientes condiciones:

- Matricularse en un curso en materias de cualquier carácter, sin contar las de libre elección, de más de 36 créditos, y superar menos del 20% de los créditos matriculados por curso.
- Recaer en la siguiente matrícula en idéntica situación<sup>iii</sup>.

No entrarán en el cómputo de los créditos superados los obtenidos por adaptación o validación, ni de los créditos matriculados aquellos que fueran objeto de anulación o renuncia (en el caso de alumnos/as de 1º por primera vez) en los plazos establecidos para tal fin en las normas de gestión académica.

Para el cálculo del mínimo no tendrán efecto los coeficientes multiplicadores indicados en el punto 5.2.

Este artículo no será de aplicación cuando la Comisión de Permanencia estime que concurrieron causas de fuerza mayor que impidieron alcanzar el mínimo requerido según la doctrina jurisprudencial.

#### Artículo 4. Comisión de Permanencia

Para tratar las posibles reclamaciones y peticiones<sup>iv</sup> de los estudiantes afectados por lo dispuesto en el artículo 3, se constituye como Comisión de Permanencia la Comisión Permanente del Consejo Social garantizando, si es preciso para estos efectos, la presencia con voz y voto de un representante estudiantil.

Esta comisión resolverá en el plazo máximo de dos meses en el período lectivo a partir de ser recibida la petición.

#### Artículo 5. Requisitos de matrícula

Los estudiantes de la Universidade de Vigo estarán sometidos a los siguientes requisitos de matrícula.

**5.1.** El máximo de créditos de materias de cualquier carácter de los que se puede matricular en un curso académico será de 135. Los créditos adaptados, validados o superados en la convocatoria extraordinaria<sup>v</sup> no serán tenidos en cuenta para ese cómputo de manera que, si se produjese adaptación, validación o superación de materias una vez iniciado el curso, podrá ampliar la matrícula hasta el límite de 135.

**5.2. (Suspendido temporalmente).** Para el cómputo del límite máximo se tendrá en cuenta el número de veces que el estudiante formalizó matrícula en cada materia, de modo que en la 4<sup>a</sup> matrícula y siguientes el número de créditos vendrá multiplicado por un coeficiente con el valor indicado a continuación:

Matrícula	4 <sup>a</sup>	5 <sup>a</sup>	6 <sup>a</sup>	7 <sup>a</sup>	8 <sup>a</sup>	9 <sup>a</sup> e más
Coeficiente	3	5	7	9	11	14

Estos coeficientes no son de aplicación en las tasas de matrícula. Tampoco serán de aplicación cuando el alumno tenga concedida una beca para cursar estudios fuera de la Universidade de Vigo en programas tipo ERASMUS, SICUE o similares.

En el caso de que la materia en la que se matricula el alumno supere los 4,5 créditos, este cómputo se hará sobre ese valor. En cualquier caso el estudiante tendrá derecho a matricularse de un mínimo de tres materias por curso académico, respetando lo indicado en el apartado 5.3.

La universidad dispondrá los medios para que el estudiante tenga toda la información necesaria a la hora de formalizar la matrícula.

**5.3. (Suspendido temporalmente).** Antes de matricularse en otra(s) materia(s) por primera vez, el estudiante tiene que matricularse de las materias troncales, obligatorias de universidad y/o de orientación, si las hubiese, que tenga sin superar y que figuren en el Plan de estudios en cursos inferiores al de cualquiera de las materias

en las que se solicita matrícula<sup>vi</sup>. Si el límite de 135 créditos no deja que el estudiante se matricule de todas las materias que pretende, deberá comenzar por las anteriormente mencionadas de los cursos inferiores antes de hacerlo de otras nuevas (de cualquier carácter) de cursos o cuatrimestres superiores.

**5.4.** El estudiante que se hubiera matriculado de una materia optativa o de libre elección y no la hubiera superado, podrá dejar de matricularse en esta y matricularse en otra nueva con límite del 150% de los créditos previstos para materias de ese carácter en el plan de estudios<sup>vii</sup>.

## **Artículo 6. Evaluación curricular**

Los estudiantes de la Universidade de Vigo podrán solicitar, además de otros procedimientos ya previstos en la legislación vigente, una valoración complementaria de su rendimiento académico, según lo establecido a continuación:

### REQUISITOS DE LA SOLICITUD:

**6.1.** Una vez consumida la 5ª convocatoria sin superar una materia, el estudiante podrá solicitar, ante la Comisión Permanente del centro donde cursa estudios, acogerse al procedimiento de evaluación curricular. Para las materias del último curso de la titulación, o cuando sea la única materia pendiente de su titulación, podrá solicitarlo una vez consumida la 4ª convocatoria. Se entenderán como consumidas las convocatorias en las que el estudiante se matricule en materias que dependen para su calificación de otras consideradas como clave.

Para acogerse a la Evaluación Curricular, el estudiante deberá estar matriculado en la Universidade de Vigo y haber consumido una convocatoria de la materia objeto de la solicitud en los últimos tres años académicos en la Universidade de Vigo.

Para acogerse a la Evaluación Curricular, el estudiante deberá tener superados al menos la mitad de los créditos de la titulación correspondiente en la Universidade de Vigo.

### LÍMITES DE LA SOLICITUD:

**6.2.** En el transcurso de la titulación, cada estudiante podrá solicitar la evaluación curricular en dos materias en titulaciones de sólo primer ciclo o sólo segundo ciclo, y en tres en las titulaciones de primer y segundo ciclo<sup>viii</sup>. La solicitud presentada no contará como tal si durante la tramitación y resolución de esta el estudiante supera la materia objeto de la solicitud en una nueva convocatoria o presenta una solicitud escrita de desestimación antes de la reunión de la Comisión Permanente.

Podrán someterse a la Evaluación Curricular materias obligatorias, troncales y optativas, siendo excluidas las estadías Clínicas o Prácticas, el "Practicum", las materias de libre elección y los Proyectos o Trabajos de Fin de Carrera.

Para efectos del número de materias que se pueden someter a evaluación curricular, serán tenidas en cuenta las concesiones de evaluación obtenidas en otras universidades y que consten en el expediente académico del estudiante.

### ÓRGANOS DE RESOLUCIÓN:

**6.3.** La decisión de admitir o no a trámite una solicitud de evaluación curricular y de nombrar a la Comisión de Evaluación le corresponde a la Comisión Permanente del Centro donde cursa estudios el solicitante, que la resolverá en un plazo máximo de 45 días hábiles a partir del cierre del plazo de presentación de solicitudes.

No será admitida a trámite cuando, a juicio de la Comisión, la calificación de la materia sea una consecuencia directa del incumplimiento de requisitos previamente conocidos para su superación, resultado de acciones ilegales inaceptables en la comunidad universitaria e incluso objeto de sanción académica, o resultado de pruebas o exámenes claramente deficientes. La Comisión podrá solicitar la información que necesite para fundamentar su decisión, incluida la comparecencia de los/as interesados/as. Los acuerdos de la Comisión deberán estar sujetos a criterios de acuerdo con lo expresado y que consideren aspectos tales como calificaciones obtenidas en la materia, situación del rendimiento escolar de la materia y circunstancias académicas del/de la estudiante.

La decisión de la Comisión Permanente podrá ser reclamada ante la Junta del Centro en el plazo máximo de un mes desde la notificación, y de ser admitido el recurso se enviará a la Comisión Permanente para que proceda al nombramiento de la Comisión de Evaluación.

**6.4.** La evaluación curricular consistirá en la valoración global de su expediente académico hasta el momento de la presentación de la solicitud, por medio de una Comisión de Evaluación<sup>[1]</sup>, compuesta por:

- Decano/a-Director/a, o profesor/a en el que haya delegado, que actuará como presidente/a.
- Cuatro profesores/as titulares y cuatro suplentes de las áreas con carga docente en materias troncales, obligatorias de universidad y optativas de orientación dispensadas en la titulación cursada por el solicitante, excluyendo, de ser el caso, el área afectada.
- Un/una profesor/a titular y uno/a suplente del área afectada propuesto por el departamento.
- Un/una estudiante titular y uno/a suplente propuestos por el solicitante entre los de la misma titulación y orientación que tengan superada la materia y estén matriculados (a ser posible) en un curso superior. En caso de no presentar propuesta, el presidente/a determinará el procedimiento de selección.

Se encomienda que los/as profesores/as de este apartado sean elegidos por un curso académico.

**6.5.** La Comisión de Evaluación deberá constituirse y resolver en el plazo máximo de 40 días hábiles<sup>ix</sup> desde que la solicitud sea admitida a trámite. La no resolución en plazo será comunicada por el Presidente de la

---

[1] Que se regirá por lo establecido en el capítulo II sobre órganos colegiados de la Ley 30/1992 de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común (BOE, 27 de noviembre de 1992).

Comisión de Evaluación al Vicerrector competente, quien lo comunicará al/a la Presidente/a de la Comisión de Organización Académica y Profesorado para que eleve una propuesta al Consejo de Gobierno.

Para la constitución válida de la Comisión de Evaluación se requerirá la presencia de al menos 5 de sus miembros.

Las gestiones para la constitución de la Comisión de Evaluación serán llevadas a cabo por el/la presidente/a.

Los miembros de la Comisión de Evaluación que no acudan a las reuniones convocadas deberán justificarlo de manera adecuada y por escrito.

#### PROCEDIMIENTOS DE LA EVALUACIÓN CURRICULAR:

La solicitud de evaluación curricular se presentará mediante instancia dirigida al Decano/Director del centro donde curse los estudios el/la alumno/a. Para ello, el centro abrirá un plazo de 15 días hábiles para presentación de solicitudes a partir del día siguiente de la fecha oficial de entrega de actas de los exámenes.

Acabado el plazo de presentación de solicitudes, la administración del centro comprobará el cumplimiento de los requisitos y los límites de la solicitud y condiciones de los estudiantes propuestos en la solicitud para la Comisión de Evaluación y elevará una diligencia al efecto acompañada del expediente y de la solicitud del/de la alumno/a al Decano-Director del Centro. De no cumplir el estudiante solicitante las condiciones para acogerse a la Evaluación Curricular, la solicitud se dará por desestimada, lo cual se le comunicará al interesado. En caso de estimar la solicitud, la administración del centro procederá a solicitar los informes oportunos a los/las profesores/as, los cuales una vez recibidos serán remitidos al Director-Decano del Centro. Para tal efecto los/las profesores/as deben mantener bajo custodia, hasta su superación, las pruebas que sustenten la calificación de suspenso en la materia por lo menos tres cursos académicos.

**6.6.** La Comisión de Evaluación valorará el expediente global del estudiante según los criterios empleados en la legislación vigente sobre calificación de expedientes, considerando además las calificaciones obtenidas en la materia objeto de evaluación, en otras materias similares y la dificultad de la materia, sin perjuicio de que la Comisión pueda considerar otras circunstancias presentes en el historial académico del/la alumno/a o de otra índole. Para que en la materia sea considerado/a como "Apto" se requerirá la mayoría de 2/3 de los presentes<sup>x</sup>. La toma de decisiones sobre la evaluación del/la alumno/a debe estar motivada y fundamentarse en criterios objetivables y no se admitirán abstenciones.

#### EFFECTOS ACEDÉMICOS

Los efectos académicos en caso de ser considerado/a apto/a tendrán plena vigencia y en su expediente figurará la materia como "Apto por compensación", que para los efectos de valoración tendrá la equivalencia de "validado", con valor numérico de 5,0.

#### **Artículo 7. Reinicio de estudios**

Los estudiantes que se encuentren en una de las situaciones que remiten a este punto de la presente normativa no podrán continuar los estudios en la misma titulación.

**7.1.** Por una vez podrán solicitar plaza para reiniciar en estudios en otra titulación de las dispensadas en la Universidade de Vigo, sometiéndose a los mismos requisitos de admisión que el resto de aspirantes en libre concurrencia.

**7.2.** En caso de que la nueva titulación recaiga en una de las situaciones aludidas, no podrá continuar estudios en la Universidade de Vigo.

### **Artículo 8. Entrada en vigor**

Esta normativa será de aplicación a partir del curso 2001/2002, para los alumnos/as de nuevo ingreso y a partir del curso 2006/2007 para todos los estudiantes de la Universidade de Vigo. También será de aplicación para aquellos estudiantes que se cambien a planes de estudios revisados en los cursos 1999/2000 y posteriores procedentes de planes de estudios en extinción, a partir del momento del cambio.

### **Artículo 9. Revisión**

Las presentes normas serán revisadas, refrendadas o modificadas en un plazo máximo de tres años después de su entrada en vigor.

### **Disposición transitoria**

A pesar de la entrada en vigor gradual a partir del curso 2001/2002 el punto 6 de la presente normativa, una vez aprobada por el Consejo Social, podrá ser aplicado en el curso 2000/2001 y posteriores en los siguientes casos:

- 1.** A los estudiantes de titulaciones no estructuradas por créditos en el curso 1999/2000 cuando les queden, como máximo, 3 materias anuales o 6 cuatrimestrales sin tener agotadas las convocatorias para terminar la titulación por el plan de estudios original, o una única materia aún en el caso de que tuvieran agotadas las convocatorias establecidas en esta universidad según la normativa anterior a la aprobación de la presente.
- 2.** A los estudiantes de titulaciones ya estructuradas en créditos en el curso 1999/2000 a los que les queden, como máximo, 3 materias anuales o 6 cuatrimestrales sin tener agotadas las convocatorias para finalizar su titulación por el plan de estudios que están siguiendo.
- 3.** A los estudiantes que se matricularon por primera vez en el curso 2000/2001, tanto por acceso a la universidad como por cambio de plan de estudios, en planes renovados en el curso 1999/2000.

En los casos 2 y 3 anteriores, en el cómputo de convocatorias consumidas en la materia, se tendrán en cuenta las que tenga en el plan de estudios original y en la materia equivalente en el plan de estudios renovado.

### **Disposición adicional**

En los casos donde concurren situaciones originadas por cambios de planes de estudios, extinción o por cualquier otra no considerada en esta Normativa que impidan que un alumno pueda solicitar la evaluación curricular, corresponde a la COAP, con carácter excepcional, valorar la admisión a trámite de la solicitud.

En estos casos, los alumnos podrán dirigirse al Vicerrector/a competente que remitirá la solicitud a la COAP, quien, una vez admitida a trámite, de ser el caso, requerirá al Centro para que en un plazo de 40 días desde la recepción de la solicitud se constituya la Comisión a la que se refiere el artículo 6.4 de la normativa de permanencia y resuelta, de acuerdo con el procedimiento previsto en el artículo 6.6, previa petición por parte de la Administración del Centro de los informes oportunos a los/las profesores/as, los cuales una vez recibidos serán remitidos al Presidente de la Comisión.

## Disposición final

La decisión de la Comisión de Evaluación será elevada al Rector, que dictará resolución al respecto.

El mes de agosto es considerado no hábil para efectos de esta normativa.

---

<sup>i</sup> La materia tiene que tener los mismos contenidos y carga lectiva.

<sup>ii</sup> La normativa estatal (DL 9/75) establece que para poder seguir cursando estudios en una titulación es preciso superar al menos una materia entre las dos convocatorias en el **primer** curso matriculado. Para evitar tener que abandonar una titulación por si no se aprueba nada, se puede solicitar la **renuncia de convocatoria** en alguna materia en el plazo que establecen las Normas de Gestión Académica de la Universidad de Vigo.

<sup>iii</sup> La situación de “aviso” que queda registrada después de un curso de muy bajo rendimiento académico se puede anular de dos formas:

- a. matriculándose en el curso siguiente de más de 36 créditos y aprobar el 20% o más.
- b. matriculándose en el curso siguiente de 36 o menos créditos.

<sup>iv</sup> Con antelación suficiente al período de matrícula, el estudiante afectado puede solicitar que su caso sea examinado por la Comisión de Permanencia y aportar toda la documentación que se le requiera.

<sup>v</sup> Se refiere a materias superadas en la convocatoria extraordinaria actualmente denominada “convocatoria de diciembre”.

<sup>vi</sup> Para matricularse en una materia dispuesta en el plan de estudios en el curso “n”, hay que matricularse también de las materias (de los tipos indicados) que se tengan sin superar en los cursos n-1”, “n-2”, etc. Si el límite de créditos no permite la matrícula en todas las materias que se solicitan, habrá que empezar por matricularse en las materias de cuatrimestres y cursos inferiores sin superar los 135 créditos máximos. Si se pretende la matrícula únicamente en tres materias (según lo indicado en 5.2), se seguirá el mismo criterio.

<sup>vii</sup> Si un plan de estudios establece un número N de créditos en materias optativas, el estudiante podrá, a lo largo de la titulación, formalizar la matrícula hasta  $1,5 \times N$  créditos en materias optativas de su plan de estudios para superar los N créditos requeridos. Otro tanto sucede con los créditos de libre elección.

<sup>viii</sup> El hecho de presentar solicitud de evaluación curricular contabiliza como un derecho ejercicio y no presupone el resultado de la solicitud. Dado que es un recurso extraordinario, es necesario utilizarlo con prudencia.

<sup>ix</sup> El mes de agosto no es hábil.

<sup>x</sup> 6 de 9; 7 de 10; 8 de 12.