



(*)Facultade de Comercio

TEACHING GUIDE

TEACHING GUIDE

TEACHING GUIDE OF BSc. IN COMMERCE, MSc. IN INTERNATIONAL TRADE, MSc IN SME ADMINISTRATION.

LOCATION

ADDRESS: TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

TO SEE THE SITUATION ON THE MAP CLICK HERE OR USE STREETVIEW. PFOR URBAN BUS ACCESS: VITRASA

PHOTOS OF THE CENTRAL BUILDING OF THE FACULTY OF COMMERCE AND OF THE EXPANSION (BUILDING ANNEX TO The IEE)



FACILITIES AND SERVICES

You can consult this information in the web of the centre: <http://www.fcomercio.es>

Direction team

Management Team for the Faculty of Commerce

SCHOOL CALENDAR

- ACADEMIC CALENDAR OF THE COURSE OF THE UNIVERSITY OF VIGO
- The Calendar of the Academic Course of the Degree in Trade can be seen in its web: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Grado en Comercio

Subjects			
Year 4th			
Code	Name	Quadmester	Total Cr.
V06G270V01701	Management integrated information systems	1st	6
V06G270V01702	Creation of commercial enterprises	1st	6
V06G270V01703	Business Combinations	1st	6
V06G270V01704	Commercial and financial risk management	1st	6
V06G270V01705	Personal, managerial and commercial skills	1st	6
V06G270V01706	Social security institutions	1st	6
V06G270V01707	Operational research in the trading company	1st	6
V06G270V01708	Social research techniques	2nd	6
V06G270V01801	Internships	2nd	6
V06G270V01802	Market Research	2nd	6
V06G270V01803	International economics	2nd	6
V06G270V01804	Commercial Contracting	2nd	6
V06G270V01805	History of economics and trade	2nd	6
V06G270V01806	Electronic commerce: Computing Elements	1st	6
V06G270V01807	Language for international communication: English	2nd	6
V06G270V01809	Language for international communication: German	2nd	6
V06G270V01991	Final Year Dissertation	2nd	6

IDENTIFYING DATA**Sistemas da información integrados para a xestión**

Subject	Sistemas da información integrados para a xestión			
Code	V06G270V01701			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	4	1c
Teaching language	Castelán			
Department				
Coordinator	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Lecturers	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
E-mail	pilar.munoz@uvigo.es			
Web				
General description				

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Code				
B1	CG1. Adquirir coñecementos de xestión, das técnicas instrumentais, así como dos elementos máis avanzados e innovadores no estudo da actividade comercial para a súa utilización no comercio.			
B2	CG2. Aplicar os coñecementos adquiridos ó desempeño da súa futura labor profesional, desenvolvendo as capacidades conceptuais e operativas dos futuros directivos e xestores do negocio no contexto dunha economía globalizada, dinámica e suxeita a un proceso de cambio e anovación constante.			
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos sobre temas relevantes no marco do comercio.			
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridade, concisión e precisión, tanto dentro da organización coma con interlocutores externos en ámbitos nacionais e internacionais.			
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderato, traballo autónomo e en equipo, motivación, flexibilidade, así coma comportamento responsable e ético para desenvolverse convenientemente con todos os axentes que operan na organización e no entorno.			
B6	CG6. Coñecer e comprender distintas realidades económicas, xurídicas, sociais e culturais e adquirir unha visión global e multicultural co fin de orientar as estratexias e operacións hacia mercados tanto nacionais como internacionais			
C4	CE4. Coñecer os obxectivos, funcións e técnicas instrumentais dos diferentes subsistemas das organizacións, así como as relacións existentes entre eles desde unha perspectiva de enfoque de sistemas.			
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar e analizar a información e coñecer as variables que interveñen no comercio interior e internacional, co fin de orientar o deseño e implantación da estratexia e a xestión operativa do comercio.			
C11	CE11 Comprender o concepto de calidade, as súas implicacións no desenvolvemento das tarefas e funcións e a súa influencia na reputación comercial, así como saber avaliar e implantar sistemas de xestión e normas de calidade.			
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar a información relevante, en particular os custos e ingresos, con obxecto de apoiar o proceso de toma de decisións, a valoración de inventarios, a planificación e control e a mellora continua.			
C20	CE20. Saber deseñar e organizar o sistema contable, así como aplicar as normas de recoñecemento e valoración co fin de obter información útil para usuarios externos e internos			
C24	CE24. Aplicar as ferramentas informáticas e os conceptos e técnicas estadísticas, contables, financeiras e de marketing para a xeración e interpretación de informes e a planificación e xestión integral: funcións da cadea de subministros e entrega ao cliente, xestión do risco comercial, xestión contable e financeira, entre outros, mediante ferramentas tales como as tecnoloxías web, os xestores de bases de datos, a transmisión electrónica de datos, o comercio electrónico, os CRM ou os sistemas integrados.			
C26	CE26. Saber empregar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.			
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).			
D3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.			
D4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.			
D5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.			
D6	CT6. Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.			
D8	CT8. Capacidade para liderar e traballar en equipo.			
D9	CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.			
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociais, organizativos e técnicos.			
D11	CT11. Capacidade de adaptación a novas situacións.			

D12 CT12. Creatividade.

D13 CT13. Capacidade para asumir responsabilidades e involucrarse no traballo.

D14 CT14. Firmeza, resolución, persistencia e capacidade para traballar baixo presión.

D15 CT15. Compromiso ético no traballo.

D16 CT16. Iniciativa.

D17 CT17. Atención ao detalle, precisión, motivación pola mellora continua.

D18 CT18. Capacidade reflexiva sobre o propio traballo.

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results	
(*)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.	B1	D1
	B2	D3
	B3	D4
CE8. Conocer las variables que intervienen en el comercio interior e internacional, el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia.	B4	D5
	B5	D6
CE9 Conocer el marco jurídico y económico en que se desarrollan las actividades comerciales, aprendiendo a manejar los textos legales correspondientes y a entender y utilizar la terminología jurídica y económica precisa.	B6	D8
		D9
		D10
CE14. Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio.		D11
		D12
CE16. Conocer, saber localizar, seleccionar y analizar la información necesaria para el análisis, diseño e implantación de estrategias y la gestión operativa del comercio.		D13
		D14
CE18. Dominar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables y financieras para el diseño, procesamiento, generación e interpretación de informes, tanto a nivel global como funcional, en especial los vinculados a la actividad comercial de la organización		D15
		D16
CE20. Estar capacitado para discriminar los costes e ingresos relevantes con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones de planificación y control y la mejora continua.		D17
		D18
CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.		
CE22. Manejar, procesar, interpretar y valorar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que se generen en los diferentes contextos y actividades del comercio.		
CE24. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos		
CE25. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.		
Competencias Transversales		
CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).		
CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.		
CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.		
Nova	C4	
	C6	
	C11	
	C19	
	C20	
Nova	C24	
	C26	

Contidos

Topic

1. Introducción a las herramientas informáticas para la gestión empresarial.

2. Planificación de Recursos en la empresa (ERP). (*)2.1. Evolución de los Sistemas de información para la gestión
a. Tipología 2.2. Características generales
b. Implantación

3. Gestión proceso compras con Odoo (*)3.1. El pedido compra
a. El pedido compra 3.2. Gestión de cobro de la compra
b. La recepción compra
c. Proceso de contabilización de la compra

4. Gestión proceso ventas con Odoo (*)4.1. El pedido venta
a. El pedido venta 4.2. El envío de la venta
b. El envío de la venta
c. Proceso de contabilización de la venta

5. Gestión del proceso contable con Odoo
- a. Apertura contabilidad
 - b. Gestión operaciones corrientes
 - c. Preparación cierre
 - d. Elaboración informes

- (*)5.1. Apertura contabilidad
 5.2. Gestión operaciones corrientes
 5.3. Preparación cierre
 5.4. Elaboración informes

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Resolución de problemas	10	31	41
Prácticas de laboratorio	4	8	12
Lección maxistral	27	52	79
Resolución de problemas e/ou ejercicios	2	4	6
Resolución de problemas e/ou ejercicios	2	4	6
Resolución de problemas e/ou ejercicios	2	4	6

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Resolución de problemas	Resolución na aula de casos que permitan ao alumnado a profundización da temática tratada
Prácticas de laboratorio	Actividades a través das cales se pretende mostrar ao alumnado como debe actuar a partir da aplicación dos coñecementos adquiridos nunha contorna ERP
Lección maxistral	Presentación na aula dos conceptos específicos da materia facendo uso de medios audiovisuais

Atención personalizada

Methodologies	Description
Lección maxistral	
Resolución de problemas	
Prácticas de laboratorio	

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Resolución de problemas e/ou ejercicios	Primera proba teórico- práctica con el ERP Odoo	30	B1 C4 D1 B2 C6 D3 B3 C11 D4 B4 C19 D5 B5 C20 D6 B6 C24 D8 C26 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18

Resolución de problemas e/ou exercicios	Probas teórico- prácticas nas que o alumno terá que demostrar durante o curso os seus coñecementos de contabilidade aplicado ao ERP Odoo	40	B1 B2 B3 B4 B5 B6	C4 C6 C11 C19 C20 C24 C26	D1 D3 D4 D5 D6 D8 D9 D10 D11 D12 D13 D14 D15 D16 D17 D18
Resolución de problemas e/ou exercicios	Proba final teórica-práctica nas que o alumnado demostrará os coñecementos adquiridos do ERP Odoo y su aplicación práctica na contabilidade	30			

Other comments on the Evaluation

Avaliación ordinaria: O alumnado que non superase a través da avaliación continua a materia, será avaliado cunha nota de 0 a 10 no exame final.

As datas dos exames oficiais, poden consultarse na páxina web do centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Recomendacións

IDENTIFYING DATA				
Creación de empresas comerciais				
Subject	Creación de empresas comerciais			
Code	V06G270V01702			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	4	1c
Teaching language	Castelán			
Department				
Coordinator	González Framil, Juan Francisco			
Lecturers	González Framil, Juan Francisco			
E-mail	juan.gonzalez@uvigo.gal			
Web	http://http://euee.uvigo.es			
General description	En contornas cada vez máis globais e competitivos, a figura do emprendedor adquire un protagonismo capital para o desenvolvemento económico e social da sociedade. Co fin de que o alumno relacione e aplique os coñecementos adquiridos no Grao o programa terá un carácter teórico - práctico, orientado ao desenvolvemento das actitudes e habilidades do alumno, baseado no traballo en equipo. Formaranse equipos de traballo de 4 ou 5 alumnos que desenvolverán un proxecto de creación de empresa. Trátase en definitiva que o alumno sexa capaz de transformar ideas en proxectos concretos.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Code	
A1	Que os estudantes demostren posuír e comprender coñecementos nunha área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral e adoita atoparse a un nivel que, malia se apoiar en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo.
B1	CG1. Adquirir coñecementos de xestión, das técnicas instrumentais, así como dos elementos máis avanzados e innovadores no estudo da actividade comercial para a súa utilización no comercio.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos sobre temas relevantes no marco do comercio.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderato, traballo autónomo e en equipa, motivación, flexibilidade, así coma comportamento responsable e ético para desenvolverse convenientemente con todos os axentes que operan na organización e no entorno.
B6	CG6. Coñecer e comprender distintas realidades económicas, xurídicas, sociais e culturais e adquirir unha visión global e multicultural co fin de orientar as estratexias e operacións hacia mercados tanto nacionais como internacionais
C2	CE2. Coñecer as teorías que analizan a intervención do estado en materia económica e os seus instrumentos, así como o concepto de estratexia, a súa tipoloxía e obxeto. Saber vencellar o obxeto e as condicións dos programas de promoción económica coa estratexia e actividades dila organización, así como saber instrumentalos en apoio da estratexia empresarial.
C4	CE4. Coñecer os obxectivos, funcións e técnicas instrumentais dos diferentes subsistemas das organizacións, así como as relacións existentes entre eles desde unha perspectiva de enfoque de sistemas.
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar e analizar a información e coñecer as variables que interveñen no comercio interior e internacional, co fin de orientar o deseño e implantación da estratexia e a xestión operativa do comercio.
C14	CE14. Comprender e saber analizar o rol socioeconómico do emprendedor e do directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
C26	CE26. Saber empregar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dila práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).
D7	CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.
D8	CT8. Capacidade para liderar e traballar en equipo.
D12	CT12. Creatividade.

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Adquirir coñecementos de xestión, das técnicas instrumentais, así como dos elementos máis avanzados e innovadores no estudo da actividade comercial para a súa utilización no comercio.	B1
Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos sobre temas relevantes no marco do comercio.	B3

Adquirir habilidades de liderado, traballo autónomo e en equipo, motivación, flexibilidade, así como comportamento responsable e ético para desenvolverse convenientemente con todos os axentes que operan na organización e na contorna.	B5
Coñecer e comprender distintas realidades económicas, xurídicas, sociais e culturais e adquirir unha visión global e multicultural co fin de orientar as estratexias e operacións cara a mercados tanto nacionais como internacionais	B6
Habilidades de comunicación oral escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).	D1
Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, *persuasión, negociación e presentación.	D7
Capacidade para liderar e traballar en equipo.	D8
Creatividade.	D12
Coñecer as teorías que analizan a intervención do estado en materia económica e os seus instrumentos, así como o concepto de estratexia, a súa tipoloxía e obxecto.	C2
Coñecer as teorías que analizan a intervención do estado en materia económica e os seus instrumentos, así como o concepto de estratexia, a súa tipoloxía e obxecto.	C4
Saber localizar, seleccionar e analizar a información e coñecer as variables que interveñen no comercio interior e internacional, co fin de orientar o deseño e implantación da estratexia e a xestión operativa do comercio.	C6
Comprender e saber analizar o rol socioeconómico do emprendedor e do directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.	C14
Saber empregar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais.	C26
Que os estudantes demostren posuír e comprender coñecementos nunha área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral, e adóitase atopar a un nivel que, aínda que se apoia en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo.	A1

Contidos

Topic	
TEMA 1.- Introducción á Creación de Empresas.Competencias básicas do emprendedor.	Introducción á Creación de Empresas.Competencias básicas do emprendedor.
TEMA 2. Creatividade e viabilidade de novas ideas.	Creatividade e viabilidade de novas ideas.
TEMA 3. Xeración de Modelos de Negocio. Método Canvas	Xeración de Modelos de Negocio. Método Canvas
TEMA 4.O Plan de Negocio: Elaboración do Plan de Negocio	O Plan de Negocio: Elaboración do Plan de Negocio
TEMA 5. Estratexias de negocio no século XXI	Estratexias de negocio no século XXI
TEMA 6. Pasos para constituír a Empresa	Pasos para constituír a Empresa
TEMA 7. Medidas de Apoio á Creación de Empresas e os Emprendedores.Tendencias actuais.	Medidas de Apoio á Creación de Empresas e os Emprendedores.Tendencias actuais.

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	27	52	79
Traballo tutelado	0	39	39
Estudo de casos	20	10	30
Exame de preguntas obxectivas	0	2	2

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante.
Traballo tutelado	Exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudantes dun tema sobre contidos da materia ou dos resultados dun traballo, exercicio, proxecto...
Estudo de casos	Resolucións de casos prácticos nas clases de prácticas.

Atención personalizada

Methodologies	Description
---------------	-------------

Traballo tutelado Establécese un horario de titorías durante o tempo de impartición da materia. As Titorías poderanse realizar por medios telemáticos (videoconferencia a través do campus virtual, email) baixo a modalidade de acordo previo.

Avaliación						
	Description	Qualification	Training and Learning Results			
Traballo tutelado	Traballo Final en Equipo: informe e exposición.	40	A1	B1 B3 B5 B6	C2 C4 C6 C14 C26	D1 D7 D8 D12
Estudo de casos	Resolución de casos prácticos nas clases prácticas.	20	A1	B3 B6	C4 C6	D12
Exame de preguntas obxectivas	Exame Test	40	A1	B1 B3 B6	C2 C4 C6 C14	

Other comments on the Evaluation

As actividades formativas desenvolveranse desde unha metodoloxía participativa e aplicada que se centra no traballo do alumno/a.

De entre as actividades formativas deseñadas para o Grao e encargadas de organizar os procesos de ensino e aprendizaxe (lección maxistral, actividades prácticas, actividades individuais/grupais e as titorías académicas), a materia desenvolverá aquelas actividades que máis se adecúen aos contidos e competencias a adquirir polo alumnado. Utilizarase un sistema de avaliación preferentemente continuo e diversificado, seleccionando as técnicas máis adecuadas en cada momento, que permitan poñer de manifesto os diferentes coñecementos e capacidades adquiridos polo alumnado ao cursar a materia. A docencia presencial teórica consistirá na presentación na aula dos conceptos e contidos fundamentais propostos no programa. As actividades prácticas en clase poderían consistir na resolución de problemas e casos prácticos, así como na realización de lecturas, exposicións e debates. Considérase que o alumno/para segue a avaliación continua si asiste polo menos ao 80% das actividades presenciais e consegue polo menos o 30% dos puntos no test.

Pódese renunciar á avaliación continua solicitándoo por escrito ao profesor da materia, antes da 3ª semana de docencia ou se ao longo do curso acredita documentalmente e de maneira suficiente algunha causa sobrevenida que obxectivamente lle impida seguir a avaliación continua.

Na modalidade de avaliación continua a cualificación final será o resultado da nota do exame final(70%), traballo tutelado(20%), traballos da aula(10%).

Será necesario obter un mínimo de 3 puntos sobre 10 no exame final(Test) para optar a aprobar a materia. En caso contrario a nota final será a obtida no exame final(Test). Se se obtén un cualificación maior ou igual a 3 puntos no exame final, a nota calcúlase realizando a media desta cualificación coa nota do resto das probas.

Considérase aprobada a sinatura se dita media é maior ou igual a 5.

Con todo, de forma alternativa, contéplase a realización dunha avaliación única final á que poderán acollerse aqueles alumnos/ as que non poidan cumprir co método de avaliación continua. Neste caso realizarase unha proba escrita que vai consistir nun exame teórico-práctico que puntuará sobre 10 e que o alumnado/para preparará en base á bibliografía recomendada. Considérase aprobada a materia si a cualificación é igual ou maior a 5.

Na convocatoria de xullo e nas extraordinarias manteranse os mesmos criterios que para a convocatoria ordinaria. Las fechas de los exámenes oficiales, pueden consultarse en la página web del centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Alexander Osterwalder | Yves Pigneur, **Generación de modelos de negocio**, Deusto,

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

W. Chan Kim , Renée Mauborgne , **La estrategia del océano azul: Crear nuevos espacios de mercado donde la competencia sea irrelevante**, Harvard Business, 2017

Navas, José. Guerras Luis, **Casos de Dirección Estratégica de la empresa**, Civitas, Thomson Reuters, 2020

Complementary Bibliography

González, F.J., **Creación de empresas:Guía del emprendedor**, Piramide,

Ribeiro,D. y otros, **Creación de empresas y emprendimiento**, Pearson,

Soler,C., Reig,E., **Pequeñas empresas, grandes ideas**, Pearson,

Kawasaki, G. , **El arte de empezar**, www.ilustra.e,

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

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

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

Gomez Gras, J.M., **Manual de casos sobre creación de empresas**, McGraw-Hill,

Martínez García, P., **Business Angels**,

JIMÉNEZ QUINTERO, J.A. (coord.), **Creación de empresas. Tipología de empresas y viabilidad estratégica.**, Ed. Pirámide,

MUÑOZ, L., **Planes de negocio y estudios de viabilidad**, Profit Editoria,

Sandiás, Alfonso, **Modelo de análisis y valoración de proyectos de inversión**, Andavira,

Sandiás, Alfonso, **MODELEVA**,

LIBROS REFERENCIADOS EN: 10 libros imprescindibles en la biblioteca de un emprendedor,

<http://www.emprendedores.es/gestion/lecturas-libros-emprendedores>,

Navas, José. Guerras Luis, **FUNDAMENTOS DE DIRECCION ESTRATEGICA DE LA EMPRESA**, Civitas,

Recomendacións

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Mercadotecnia estratéxica/V06G270V01403

Idioma para a comunicación internacional: Inglés/V06G270V01807

Investigación de mercados/V06G270V01802

Sistemas da información integrados para a xestión/V06G270V01701

Traballo de Fin de Grao/V06G270V01991

Subjects that it is recommended to have taken before

Empresa: Fundamentos de mercadotecnia/V06G270V01204

Estratexia empresarial e xestión de axudas/V06G270V01606

Planificación de recursos de información integrados/V06G270V01503

Presentación e interpretación da información financeira/V06G270V01601

Habilidades persoais, directivas e comerciais/V06G270V01705

Idioma para a comunicación internacional: Inglés/V06G270V01807

IDENTIFYING DATA				
Combinacións de negocios				
Subject	Combinacións de negocios			
Code	V06G270V01703			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	1c
Teaching language	Castelán			
Department				
Coordinator	Crespo Domínguez, Miguel Ángel			
Lecturers	Crespo Domínguez, Miguel Ángel			
E-mail	macrespo@uvigo.es			
Web				
General description				

Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Code	
B2	CG2. Aplicar os coñecementos adquiridos ó desempeño da súa futura labor profesional, desenvolvendo as capacidades conceptuais e operativas dos futuros directivos e xestores do negocio no contexto dunha economía globalizada, dinámica e suxeita a un proceso de cambio e anovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos sobre temas relevantes no marco do comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridade, concisión e precisión, tanto dentro da organización coma con interlocutores externos en ámbitos nacionais e internacionais.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderato, traballo autónomo e en equipa, motivación, flexibilidade, así coma comportamento responsable e ético para desenvolverse convenientemente con todos os axentes que operan na organización e no entorno.
C10	CE10. Desenvolver os coñecementos necesarios para formular e analizar a información financeira relacionada coas combinacións de negocios.
C20	CE20. Saber deseñar e organizar o sistema contable, así como aplicar as normas de recoñecemento e valoración co fin de obter información útil para usuarios externos e internos
C24	CE24. Aplicar as ferramentas informáticas e os conceptos e técnicas estadísticas, contables, financeiras e de marketing para a xeración e interpretación de informes e a planificación e xestión integral: funcións da cadea de subministros e entrega ao cliente, xestión do risco comercial, xestión contable e financeira, entre outros, mediante ferramentas tales como as tecnoloxías web, os xestores de bases de datos, a transmisión electrónica de datos, o comercio electrónico, os CRM ou os sistemas integrados.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).
D3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.
D4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.
D5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.
D8	CT8. Capacidade para liderar e traballar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.
D11	CT11. Capacidade de adaptación a novas situacións.
D13	CT13. Capacidade para asumir responsabilidades e involucrarse no traballo.
D15	CT15. Compromiso ético no traballo.
D18	CT18. Capacidade reflexiva sobre o propio traballo.

Resultados previstos na materia	
Expected results from this subject	Training and Learning Results

(*)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.	B2 B3 B4	D1 D3 D4
CE8. Conocer las variables que intervienen en el comercio interior e internacional, el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia.	B5	D5 D6
CE9 Conocer el marco jurídico y económico en que se desarrollan las actividades comerciales, aprendiendo a manejar los textos legales correspondientes y a entender y utilizar la terminología jurídica y económica precisa.		D8 D9 D11
CE14. Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio.		D13 D15
CE16. Conocer, saber localizar, seleccionar y analizar la información necesaria para el análisis, diseño e implantación de estrategias y la gestión operativa del comercio.		D18
CE18. Dominar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables y financieras para el diseño, procesamiento, generación e interpretación de informes, tanto a nivel global como funcional, en especial los vinculados a la actividad comercial de la organización		
CE20. Estar capacitado para discriminar los costes e ingresos relevantes con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones de planificación y control y la mejora continua.		
CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.		
CE22. Manejar, procesar, interpretar y valorar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que se generen en los diferentes contextos y actividades del comercio.		
CE24. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos		
CE25. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.		
Competencias Transversales		
CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).		
CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.		
CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.		

Nova	C10 C20 C24
Nova	C10 C20 C24

Contidos

Topic

1. Introducción ás combinacións de negocios e ao control societario
2. Combinacións de negocios:
Consolidación de Contas Anuais
3. Combinacións de negocios:
Modificacións estruturais das sociedades mercantís.
Fusión e escisión
4. Combinacións de negocios:
A valoración de negocios
5. Traballo integrado da materia

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Resolución de problemas	14	28	42
Prácticas de laboratorio	4	8	12
Lección maxistral	23	53	76
Resolución de problemas e/ou exercicios	2	8	10
Exame de preguntas obxectivas	2	8	10

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

Description

Resolución de problemas Formulación e cálculo de combinacións de negocios

Prácticas de laboratorio Prácticas de combinacións de negocios

Lección maxistral Desenvolvemento dos conceptos fundamentais

Atención personalizada

Methodologies	Description
Lección maxistral	Explicación e apoio para o coñecemento dos temas
Resolución de problemas	Formulación e axuda para a resolución dos casos mais frecuentes

Avaliación

	Description	Qualification Training and Learning Results			
Resolución de problemas e/ou exercicios	Resolución de casos prácticos expostos.	75	B2	C10	D1
	Os estudantes que obteñan máis de 4 puntos en cada proba e cuxa nota media sexa igual ou superior a 5 puntos superarían a materia. O exame final permitirá mellorar a nota obtida en avaliación continua.		B3	C20	D3
			B4	C24	D4
			B5		D5
					D6
					D8
					D9
					D11
					D13
					D15
			D18		
Exame de preguntas obxectivas	Proba final na que se avaliará os coñecementos do estudiantado	25	B2	C10	D1
			B3	C20	D3
			B4	C24	D4
			B5		D5
					D6
					D8
					D9
					D11
					D13
					D15
			D18		

Other comments on the Evaluation

Habrá tres probas en avaliación continua, cada proba puntua sobre 10 puntos pero a ponderación é 25%.

Os estudantes que obtivesen máis de 4 puntos en cada proba e cuxa nota media ponderada sexa igual ou superior a 5 puntos superarían a materia.

O exame final permitirá mellorar a nota obtida en avaliación continua.

Alternativamente ao sistema de avaliación continua, o estudante poderá optar por ser avaliado cun exame final que suporá o 100% da cualificación.

Na convocatoria de fin de carreira, o exame suporá o 100% da cualificación.

As datas de exames deberán ser consultadas na Páxina web da Facultade.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Serra y otros, **Consolidación contable de grupos empresariales**, 2017, Pirámide,

Recomendacións

Subjects that it is recommended to have taken before

Contabilidade financeira/V06G270V01301

Presentación e interpretación da información financeira/V06G270V01601

IDENTIFYING DATA**Commercial and financial risk management**

Subject	Commercial and financial risk management			
Code	V06G270V01704			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4th	1st
Teaching language				
Department				
Coordinator				
Lecturers				
E-mail				

----- UNPUBLISHED TEACHING GUIDE -----

IDENTIFYING DATA				
Habilidades persoais, directivas e comerciais				
Subject	Habilidades persoais, directivas e comerciais			
Code	V06G270V01705			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	1c
Teaching language	Castelán			
Department				
Coordinator	Lorenzo Paniagua, Javier			
Lecturers	González Framil, Juan Francisco Lorenzo Paniagua, Javier			
E-mail	paniagua@uvigo.es			
Web	http://www.euee.uvigo.es			
General description	Esta materia trata de formar ao alumno nas habilidades persoais básicas necesarias na dirección e xestión de empresas.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Code				
A4	Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solución a un público tanto especializado coma non especializado.			
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridade, concisión e precisión, tanto dentro da organización coma con interlocutores externos en ámbitos nacionais e internacionais.			
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderato, traballo autónomo e en equipo, motivación, flexibilidade, así coma comportamento responsable e ético para desenvolverse convenientemente con todos os axentes que operan na organización e no entorno.			
C8	CE8. Comprender os procesos psicosociolóxicos mediante os cales as persoas aprenden, deciden, se comunican, xestionan as súas necesidades e relacións, negocian, mercan, etc. co fin de desenvolver competencias útiles no ámbito persoal e profesional.			
D3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.			
D6	CT6. Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.			
D7	CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.			
D8	CT8. Capacidade para liderar e traballar en equipo.			
D9	CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.			
D11	CT11. Capacidade de adaptación a novas situacións.			
D14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia e capacidade para traballar baixo presión.			
D18	CT18. Capacidade reflexiva sobre o propio traballo.			

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results			
Comprender os procesos *psicosociolóxicos mediante os cales as persoas aprenden, deciden, comunícanse, xestionan as súas necesidades e relacións, negocian, compran, etc. co fin de desenvolver competencias útiles no ámbito persoal e profesional.	A4	B4	C8	D7 D9 D18
Coñecer os condicionantes técnicos e os procesos *sico-sociolóxicos que acompañan á toma de decisións		B5	C8	D6 D11 D18
Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, *persuasión, negociación e presentación.	A4	B4	C8	D7 D9
Conocer las características y tipos de liderazgo, las claves del trabajo en equipo y aprender a gestionar la presión en el trabajo		B5		D3 D6 D8 D11 D14 D18
Capacidade reflexiva sobre o propio traballo.				D18

Ser capaz de xestionar o tempo laboral e persoal para aumentar a produtividade laboral e preservar o tempo persoal	B4	C8	D3 D6 D8 D11 D14 D18
Coñecer as claves que afectan o sentimento de benestar laboral e persoal	B5	C8	D3 D6 D7 D8 D9 D11 D14 D18

Contidos

Topic	
1. O comportamento de as persoas e o benestar persoal e laboral	1.1.- Os resultados laborais 1.2.- Atributos individuais 1.3.- Esfuerzo laboral 1.4.- Apoio organizacional 1.5.- Benestar. Concepto. Palancas e freos
2. Xestión de o tempo	2.1. Os limitantes externos e internos para gobernar o tempo 2.2. Vicios que malgastan o tempo dispoñible 2.3.- Os ladróns de o tempo 2.4.- Xestión de o tempo
3. Comunicación	3.1. Barreiras de a comunicación 3.2. A comunicación non verbal 3.3. A comunicación en unha organización 3.4. Falar en público
4. Xestión de o estrés	4.1. Causas de o estrés 4.2. Consecuencias de o estrés 4.3. Estratexias para afrontar o estrés
5. Toma de decisións	5.1.- Como tomamos decisións 5.2.- As decisións racionais: fallos e técnicas de análises, xeración e avaliación de alternativas e establecemento de criterios ou obxectivos. 5.3.- A participación en tomas de decisións. 5.4.- As decisións non racionais. Os límites da racionalidad. As emocións.
6.- Intelixencia emocional	6.1.- Concepto 6.2.- As competencias emocionais básicas: autoconocimiento, autocontrol e empatía. 6.3.- Aprender a gestionar as emocións 6.4.- Coaching
7.- Negociación	7.1.- Tipos 7.2.- Plan xeral dunha negociación: análise da situación, negociación e pechadura.
8.- Liderado	8.1.- Concepto e tipos de líderes 8.2.- O líder, nace ou se fai? 8.3.- Comportamento do directivo 8.4.- Autoliderazgo

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	23	0	23
Resolución de problemas	20	0	20
Exame de preguntas obxectivas	1	55	56
Exame de preguntas obxectivas	1	50	51

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos da materia, pautas dun traballo ou exercicio ou problema que o alumno deberá desenvolver ou resolver.

Resolución de problemas	resolución por parte do alumnado de problemas, casos ou actividades relacionados coa toma de decisións, a comunicación, o autodiagnóstico de rasgos e fortalezas de carácter ou a simulación dunha negociación.
-------------------------	---

Atención personalizada

Methodologies	Description
Resolución de problemas	Resolución por parte do alumno, con apoio do profesor, de casos, problemas ou exercicios relacionados con a toma de decisións, a motivación e a satisfacción laboral, a negociación, etc.

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Exame de preguntas obxectivas	Exame tipo test sobre os contidos da materia. Ao longo do curso realizaranse probas parciais tipo test sobre os temas da materia impartida. É necesario obter unha nota mínima de "aprobado" (5 sobre 10) para superar a proba, que liberará o alumno dos contidos superados nos exames finais.	30	B5 C8 D6 D7 D8 D9 D11 D14 D18
Exame de preguntas obxectivas	Exame tipo test sobre os contidos da materia. Ao longo do curso realizaranse probas parciais tipo test sobre os temas da materia impartida. É necesario obter unha nota mínima de "aprobado" (5 sobre 10) para superar a proba, que liberará o alumno dos contidos superados nos exames finais.	30	A4 B4 D3

Other comments on the Evaluation

O sistema de avaliación previamente definido corresponde á avaliación continua.

Avaliación global:

Nas datas que estableza o centro realizaranse os exames finais:

Calendario e calendario de exames:

Primeira convocatoria: 01/12/2023 ás 18:45 h. Segunda convocatoria: 07/04/2024 ás 9:15 h.

Primeira convocatoria: Na data que estableza o centro para a proba final da primeira convocatoria farase un exame tipo test sobre os contidos da materia. É necesario obter unha nota mínima de "aprobado" (5 sobre 10) para superar a proba. Para o alumnado que non teña seguido o sistema de avaliación continua, esta proba suporá o 100% da nota da materia. O alumnado que superase algunha ou todas as probas parciais polo sistema de avaliación continua garda coa súa ponderación a cualificación obtida nas devanditas probas, quedando exento destes contidos na primeira convocatoria. A cualificación obtida nesta proba final calcularase mediante a media ponderada obtida nas probas realizadas. Se se superan os dous parciais da avaliación continua, este exame final terá unha ponderación do 40%.

Segunda convocatoria:

Na data que estableza o centro para a proba final da segunda convocatoria realizarase un exame tipo test sobre os contidos da materia. É necesario obter unha nota mínima de "aprobado" (5 sobre 10) para superar a proba.

O alumnado que supere algunha ou todas as probas parciais polo sistema de avaliación continua conserva coa súa ponderación a cualificación obtida nas devanditas probas, quedando exento destes contidos na segunda convocatoria. A cualificación obtida nesta proba final calcularase mediante a media ponderada obtida nas probas realizadas. Se se superan os dous parciais da avaliación continua, este exame final terá un peso do 40%.

Para o alumnado que non se segue o sistema de avaliación continua ou, de seguilo, non superase ningún dos parciais, así como para aqueles que non superaron a primeira convocatoria global, esta proba suporá o 100% da nota do curso.

Para o alumnado que non seguía ou se segue o sistema de avaliación continua, non superase ningún dos parciais, esta proba suporá o 100% da nota da materia.

En función do desenvolvemento da materia, o profesor poderá propor traballos, prácticas ou probas parciais que complementen a nota do exame.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Lorenzo Paniagua, J. López Vidal, M.P., Cabanelas Lorenzo, P. y Sánchez Fernández, P., **Recursos humanos y habilidades directivas. Las dos caras de la moneda**, Educatic,
 Ariza, Morales y Morales, **Dirección y administración integrada de personas**, McGraw-Hill,
 Dolan, Valle Cabrera, Jackson y Schuler, **La gestión de los recursos humanos**, McGraw-Hill,

IDENTIFYING DATA**Social security institutions**

Subject	Social security institutions			
Code	V06G270V01706			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4th	1st
Teaching language				
Department				
Coordinator	Airas Cotovad, Xurxo Anxo			
Lecturers	Airas Cotovad, Xurxo Anxo			
E-mail	xurxoairas@hotmail.com			

----- UNPUBLISHED TEACHING GUIDE -----

IDENTIFYING DATA**Operational research in the trading company**

Subject	Operational research in the trading company			
Code	V06G270V01707			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4th	1st
Teaching language	Spanish			
Department				
Coordinator	Lorenzo Picado, Leticia			
Lecturers	Gómez Rúa, María Lorenzo Picado, Leticia			
E-mail	leticialorenzo@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal/login/index.php			
General description	In the company is necessary to take decisions. The technicians of operative investigation constitute a group of tools that allow to take optimum decisions based in the available information. In this matter review of introductory form the main methods of operative investigation, including his principles of operation, algorithms, interpretation of the results, and practical application. The approach is essentially practical and applied, and pretends that the student was able to identify the situations in which each technical is appropriate, and to apply it of autonomous form for the solution of real problems. Matter of the program *English *Friendly: The/ace international students will be able to request to the *profesorado: to) material and bibliographic references for the follow-up of the matter in English, *b) attend the *tutorías in English. *c) proofs and evaluations in English.			

Training and Learning Results

Code	
C15	CE15. To know and apply the quantitative methods of operations research for decision making in the area of commerce, as well as the design and analysis of surveys through probabilistic sampling for carrying out market research.
C21	CE21. To identify and solve model problems applied to economic situations through application of appropriate mathematical techniques, as well as to interpret the solutions provided by the model.
D3	CT3. Ability to learn and work independently, and work planning and organization skills.
D4	CT4. Analysis, synthesis and critical-thinking skills.
D6	CT6. Ability to make decisions and solve problems.

Expected results from this subject

Expected results from this subject	Training and Learning Results	
Know and apply quantitative methods of operative investigation for the taking of decisions in the field of the trade.	C15 C21	D4 D6
Identify situations in which it is necessary to take decisions in complex surroundings and recognise the applicable models.	C15 C21	D3 D4
Resolve practical problem with the distinct methods of operative investigation.	C15 C21	D6

Contents

Topic	
Lesson 1. Introduction to operational research techniques applicable in the field of commercial companies. Programming and optimization.	1.1. Linear programming problem 1.2. Simplex algorithm 1.3. Sensitivity analysis
Lesson 2. Distribution and allocation models.	2.1. The transportation problem 2.2. The assignment problem
Lesson 3. Activity planning models: graph theory.	3.1. Introduction to graph theory 3.2. The shortest path problem 3.3. The maximum flow problem 3.4. Project planning
Lesson 4. Negotiation models: game theory.	4.1. Cooperative games with transferable utility 4.2. Stable Solutions: The Kernel 4.3. Fair Solutions: The Shapley Value

Planning

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Introductory activities	1	0	1
Lecturing	18	25	43
Laboratory practical	10	10	20
Problem solving	10	10	20
Autonomous problem solving	0	22	22
Essay questions exam	2	10	12
Essay questions exam	2	10	12
Essay questions exam	2	18	20

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies

	Description
Introductory activities	On the first day of class, the teaching guide will be explained in detail, with special emphasis on the evaluation system.
Lecturing	Each model will be explained according to the theoretical principles, the hypotheses of the model, the operation of the algorithms, and the correct interpretation of the results.
Laboratory practical	The solver complement of Excel will be explained in order to solve linear programming problems.
Problem solving	The teacher will explain each of the methods by solving several applied examples.
Autonomous problem solving	The student must solve problems similar to the cases used as an example, individually or in small groups.

Personalized assistance

Methodologies	Description
Problem solving	During the problem solving classes, all doubts that may arise from modeling problems and applying algorithms will be solved.
Autonomous problem solving	Students will be able to solve their doubts with the teachers during tutoring hours.
Laboratory practical	During the practices in the computer room, students will be able to resolve any doubts that may arise from the use of the Excel solver add-in.

Assessment

Description	Qualification	Training and Learning Results	
Essay questions exam	30	C15	D3
Essay questions exam from lessons 1 and 2.		C21	D4
			D6
Essay questions exam	30	C15	D3
Essay questions exam from lessons 3, 4, and 5.		C21	D4
			D6
Essay questions exam	40	C15	D3
Final exam.		C21	D4
			D6

Other comments on the Evaluation

As an alternative to the continuous assessment system, students may choose to be assessed with a final exam that will account for 100% of their grade. This would apply to both the ordinary and the extraordinary calls. The deadline for renouncing to continuous evaluation will be set by the faculty.

In the end of degree call, a final exam will be carried out, which will account for 100% of the grade. The official dates of the exams can be consulted on the faculty website <https://fcomercio.uvigo.es/>.

Sources of information**Basic Bibliography**

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

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

Complementary Bibliography

M.S. BAZARAA, J.J. JARVIS, H.D. SHERALI, *Linear Programming and Network Flows*, Wiley, 2010

Recommendations

IDENTIFYING DATA				
Técnicas de investigación social				
Subject	Técnicas de investigación social			
Code	V06G270V01708			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	2c
Teaching language	Galego			
Department				
Coordinator	Vázquez Silva, Iria			
Lecturers	Vázquez Silva, Iria			
E-mail	ivazquez@uvigo.es			
Web	http://euee.uvigo.es			
General description	O obxectivo fundamental desta materia é que o alumnado coñeza as técnicas de investigación social e de avaliación, e sexa capaz de aplicalas para a análise da realidade, das políticas, plans e programas.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Code	
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos sobre temas relevantes no marco do comercio.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderato, traballo autónomo e en equipa, motivación, flexibilidade, así coma comportamento responsable e ético para desenvolverse convenientemente con todos os axentes que operan na organización e no entorno.
B6	CG6. Coñecer e comprender distintas realidades económicas, xurídicas, sociais e culturais e adquirir unha visión global e multicultural co fin de orientar as estratexias e operacións hacia mercados tanto nacionais como internacionais
C6	CE6. Saber localizar, seleccionar e analizar a información e coñecer as variables que interveñen no comercio interior e internacional, co fin de orientar o deseño e implantación da estratexia e a xestión operativa do comercio.
C11	CE11 Comprender o concepto de calidade, as súas implicacións no desenvolvemento das tarefas e funcións e a súa influencia na reputación comercial, así como saber avaliar e implantar sistemas de xestión e normas de calidade.
C25	CE25. Saber elixir e aplicar técnicas de investigación social para a análise da realidade co fin de orientar a estratexia comercial dla organización, así como saber avaliar as políticas comerciais.
D4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.
D5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.
D15	CT15. Compromiso ético no traballo.

Resultados previstos na materia				
Expected results from this subject		Training and Learning Results		
Recoñecer a complexidade da realidade social e plantexar unha investigación aplicada nos diferentes ámbitos da sociedade.	B3	C6	D4	
	B5	C11	D5	
	B6	C25	D6	
Elaborar, utilizar e interpretar indicadores sociais e instrumentos de medición do social.			D15	
	B3	C6	D4	
	B5	C11	D5	
	B6	C25	D6	
Realizar diagnósticos de situación así como avaliacións de políticas, plans e programas desde a perspectiva de xénero.			D15	
	B3	C25	D4	
	B5		D5	
			D6	
			D15	

Contidos	
Topic	
1. Metodoloxía, deseño e estratexia da investigación social: análise da realidade social	- Metodoloxía da ciencia. - Estratexias, deseño e implementación de proxectos: aspectos fundamentais - O proceso de investigación social - Deseño dun proxecto

2. Principais técnicas de investigación social: aplicación	- As técnicas de investigación social: aspectos fundamentais - As técnicas cualitativas na análise da realidade. Principais técnicas cualitativas. - As técnicas cuantitativas na análise social
3. Avaliación de programas e proxectos: A perspectiva de xénero	- A avaliación de plans, programas e proxectos. - O informe de avaliación. - Avaliación dunha política, plan, programa ou proxecto

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	22	44	66
Estudo de casos	10	26	36
Aprendizaxe baseado en proxectos	10	35	45
Estudo de casos	3	0	3

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente	
	Description
Lección maxistral	Exposición dos contidos da materia. Exposición das bases teóricas e metodolóxicas fundamentais para a elaboración do traballo/proxecto.
Estudo de casos	Analízanse casos concretos, problemas específicos ou situacións imprevistas co obxectivo de que o alumnado sexa capaz de coñecer, comprender, interpretar e propoñer posibles solucións ou propostas de mellora.
Aprendizaxe baseado en proxectos	Realízase un proxecto real en grupo

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Lección maxistral	Aclararanse as dúbidas do alumnado relacionadas co desenvolvemento dos temas. As sesións de tutorización poderán realizarse por medios telemáticos baixo a modalidade de concertación previa
Estudo de casos	Resolveranse as dúbidas do alumnado en cada un dos casos propostos. As sesións de tutorización poderán realizarse por medios telemáticos baixo a modalidade de concertación previa
Aprendizaxe baseado en proxectos	Realízase un seguimento personalizado, individualmente ou en grupo reducido, dos proxectos. As sesións de tutorización poderán realizarse por medios telemáticos baixo a modalidade de concertación previa

Avaliación						
	Description	Qualification	Training and Learning Results			
Estudo de casos	Traballo de investigación Social aplicando o deseño de proxectos e técnicas.	40	B3 B5 B6	C6 C11 C25	D4 D5 D6 D15	
Aprendizaxe baseado en proxectos	Entrega de prácticas na clase	30	B3 B5 B6	C6 C11 C25	D4 D5 D6	
Estudo de casos	Presentación oral na aula do traballo de investigación	30	B3 B5 B6	C6 C11 C25	D4 D5 D6 D15	

Other comments on the Evaluation

AVALIACIÓN CONTINUA

É obrigatoria a asistencia ao 80% das sesións presenciais.

Esta avaliación continua realízase tal e como figura no apartado de Avaliación.

Renuncia á Avaliación Continua: O alumnado pode renunciar á avaliación continua presentando un escrito á persoa

responsable da docencia. Prazo: Un mes dende o inicio da actividade docente.

AVALIACIÓN FINAL

O alumnado que non se acolla ao sistema de avaliación continua será avaliado nun exame final nas datas fixadas polo Centro. Este exame final será unha proba escrita de carácter teórico-práctico no que se incluírán todos os contidos da materia e representará o 100% da nota final.

Convocatoria de segunda oportunidade: O alumnado que non supere a materia na primeira oportunidade poderá presentarse ao exame final na data fixada polo Centro no seu calendario de exames. Este exame final será unha proba escrita de carácter teórico-práctico no que se incluírán todos os contidos da materia e representará o 100% da nota final.

As datas dos exames oficiais, poden consultarse na páxina web do centro: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Arroyo Méndez, M.; Sádaba Rodríguez, I (coords.), **IMetodología de la investigación social**, Síntesis, 2012

Callejo, J.; Viedma, A, **Proyectos y estrategias de Investigación Social: la perspectiva de la intervención**, Mc Graw Hill, 2005

Cea D'Ancona, A, **Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social**, Síntesis, 1996

Cea D'Ancona, A, **Fundamentos y aplicaciones en metodología cuantitativa**, Síntesis, 2012

Corbetta, P, **Metodología y técnicas de investigación social**, Mc Graw Hill, 2007

Del Val, C.; Gutiérrez, J., **Prácticas para la comprensión de la realidad social**, Mc Graw Hill, 2005

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

García Ferrando, M.; Alvira, F.; Alonso, L.E ; Escobar, M. (comps.), **El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación**, Alianza, 2015

Ruiz Olabuénaga, J.I., **Metodología de la investigación cualitativa**, Universidad de Deusto, 2012

Valles, M., **Técnicas cualitativas de investigación social**, Síntesis, 1997

Complementary Bibliography

Vázquez Silva, Iria, **Cómplices. A violencia machista institucional**, Galaxia, 2020

Recomendacións

IDENTIFYING DATA				
Prácticas externas				
Subject	Prácticas externas			
Code	V06G270V01801			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	4	2c
Teaching language	Castelán			
Department				
Coordinator	González Dacosta, Jacinto			
Lecturers	González Dacosta, Jacinto			
E-mail	jdacosta@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal/			
General description	Esta materia ten como obxectivo aplicar os coñecementos adquiridos en a titulación mediante o desempeño de as tarefas asignadas por a empresa durante o período tempo establecido.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Code	
A5	Que os estudantes desenvolvan aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía.
B2	CG2. Aplicar os coñecementos adquiridos ó desempeño da súa futura labor profesional, desenvolvendo as capacidades conceptuais e operativas dos futuros directivos e xestores do negocio no contexto dunha economía globalizada, dinámica e suxeita a un proceso de cambio e anovación constante.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos sobre temas relevantes no marco do comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridade, concisión e precisión, tanto dentro da organización coma con interlocutores externos en ámbitos nacionais e internacionais.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderato, traballo autónomo e en equipa, motivación, flexibilidade, así coma comportamento responsable e ético para desenvolverse convenientemente con todos os axentes que operan na organización e no entorno.
C4	CE4. Coñecer os obxectivos, funcións e técnicas instrumentais dos diferentes subsistemas das organizacións, así como as relacións existentes entre eles desde unha perspectiva de enfoque de sistemas.
C14	CE14. Comprender e saber analizar o rol socioeconómico do emprendedor e do directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
C19	CE19. Estar capacitado para discriminar a información relevante, en particular os custos e ingresos, con obxecto de apoiar o proceso de toma de decisións, a valoración de inventarios, a planificación e control e a mellora continua.
C20	CE20. Saber deseñar e organizar o sistema contable, así como aplicar as normas de recoñecemento e valoración co fin de obter información útil para usuarios externos e internos
C21	CE21. Identificar e resolver os problemas modelizables aplicados ás situacións económicas mediante a aplicación das técnicas matemáticas axeitadas, así como interpretar a solución que proporciona o modelo.
C23	CE23. Coñecer e saber utilizar os recursos informativos dispoñibles para a internacionalización, elaborar plans de internacionalización e resolver as operacións e trámites habituais do comercio exterior: transporte, aseguramento, tramitación aduaneira e sanitaria, medios de pagamento, etc.
C24	CE24. Aplicar as ferramentas informáticas e os conceptos e técnicas estadísticas, contables, financeiras e de marketing para a xeración e interpretación de informes e a planificación e xestión integral: funcións da cadea de subministros e entrega ao cliente, xestión do risco comercial, xestión contable e financeira, entre outros, mediante ferramentas tales como as tecnoloxías web, os xestores de bases de datos, a transmisión electrónica de datos, o comercio electrónico, os CRM ou os sistemas integrados.
C25	CE25. Saber elixir e aplicar técnicas de investigación social para a análise da realidade co fin de orientar a estratexia comercial da organización, así como saber avaliar as políticas comerciais.
C26	CE26. Saber empregar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais da práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet e manexo das ferramentas multimedia.
D3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.
D5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.
D7	CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.
D8	CT8. Capacidade para liderar e traballar en equipo.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociais, organizativos e técnicos.

D11 CT11. Capacidade de adaptación a novas situacións.

D12 CT12. Creatividade.

D13 CT13. Capacidade para asumir responsabilidades e involucrarse no traballo.

D14 CT14. Firmeza, resolución, persistencia e capacidade para traballar baixo presión.

D16 CT16. Iniciativa.

D18 CT18. Capacidade reflexiva sobre o propio traballo.

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results			
Conseguir habilidade de comunicación a través de internet e manexo de as ferramentas multimedia	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B3	C23 C24	D1 D2 D4 D5
Ser capaz de aprender, de realizar traballo autónomo e de levar planificación e organización de o traballo.	A3 A5	B1 B2 B5 B5	C1 C2 C4 C14 C19 C20 C21 C23 C24 C25 C26	D3 D6
Ser capaz de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos en o contexto académico. En especial, ser capaz de aplicar coñecementos e razonamientos multidisciplinares.	A5	B2 B3		D5 D7 D9
Será capaz de para tomar decisións e resolver problemas, de traballar e integrarse en grupos multidisciplinares. Será capaz de liderar un equipo	A4	B3 B4 B5	C32 C33 C34 C38	D1 D2 D3 D5 D5 D6 D7 D7 D8 D13 D14
Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.		B1 B5 B6 B14	C7 C12	D9
Será capaz de adaptarse a novas situacións. e de asumir responsabilidades.		B1 B5 B5 B6 B14	C7 C12 C26	D9 D10 D11 D12 D13 D16 D18
Alcanzar compromiso ético en o traballo	A1 A2 A4	B1 B2 B6 B7 B8 B10 B12	C1 C2 C4 C6 C11 C15 C17 C24	D2 D6 D8 D9 D16 D17 D21

Contidos

Topic

O contido desta materia quedará reflectido no plan de traballo establecido pola empresa sempre tendo en conta a súa adecuación ao contido e habilidades adquiridas durante a titulación Contabilidade, Fiscal, Mercadotecnia, Ofimática e Seguridade Social.

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Prácticum, Practicas externas e clínicas	0	145	145
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas	0	5	5
*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.			

Metodoloxía docente	
	Description
Prácticum, Practicas externas e clínicas	O alumno realizará prácticas de empresa relacionadas con os contidos teóricos e prácticos desenvolvidos en a titulación.

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Prácticum, Practicas externas e clínicas	O titor en a empresa orientará o traballo de o estudante e guiará o proceso de aprendizaxe. O titor académico, sempre que o considere necesario, terá reunións individualizadas con os alumnos/as para levar o seguimento de as prácticas que están realizando. En calquera circunstancia de titorización (presencial, en liña ou mixta), as sesións de tutoría poderán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros MOOVI, Campus Remoto, ...) baixo o acordo de cita previa. Na medida do posible, estas solicitudes de tutoría serán atendidas de xeito persoal nun prazo máximo de 3 días hábiles.
Tests	Description
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas	O titor en a empresa orientará o traballo de o estudante e guiará o proceso de aprendizaxe. O titor académico, sempre que o considere necesario, terá reunións individualizadas con os alumnos/as para levar o seguimento de as prácticas que están realizando. En calquera circunstancia de titorización (presencial, en liña ou mixta), as sesións de tutoría poderán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros MOOVI, Campus Remoto, ...) baixo o acordo de cita previa. Na medida do posible, estas solicitudes de tutoría serán atendidas de xeito persoal nun prazo máximo de 3 días hábiles.

Avaliación							
	Description	Qualification	Training and Learning Results				
Prácticum, Practicas externas e clínicas	Avaliación do titor da empresa do traballo desenvolvido por o estudante	60	A5	B2 B3 B4 B5	C4 C14 C19 C20 C21 C23 C24 C25 C26	D1 D2 D3 D5 D6 D7 D8 D9 D10	D11 D12 D13 D14 D16 D18
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas	Avaliación do titor da Facultade da memoria desenvolvida polo estudante	40	A5	B2 B3 B4 B5	C4 C14 C19 C20 C21 C23 C24 C25 C26	D1 D2 D3 D5 D6 D7 D8 D9 D10	D11 D12 D13 D14 D16 D18

Other comments on the Evaluation

Poderá convalidar as prácticas en empresa o/a estudante que aporte experiencia laboral relacionada cos estudos de o Grado en Comercio , sempre que presente a documentación requirida e tendo en todo caso que realizar a memoria de a súa experiencia laboral. Tamén poderán convalidar as prácticas os que realicen prácticas extracurriculares que se adapten a os estudos impartidos en o Grado en Comercio e aporten a documentación requirida a tal fin , debendo igualmente presentar a memoria sobre as prácticas realizadas e de as que se solicitou a convalidación.

Bibliografía. Fontes de información**Basic Bibliography****Complementary Bibliography**

Recomendacións

Other comments

Recoméndase ao alumnado que se lea a normativa de prácticas académicas externas curriculares da Universidade Vigo, así como a normativa propia de prácticas académicas externas do Grao en Comercio da Facultade de Comercio.

O alumnado deberá ter en conta os prazos e os documentos a cubrir en cada momento para a formalización e avaliación das prácticas

IDENTIFYING DATA				
Market Research				
Subject	Market Research			
Code	V06G270V01802			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4th	2nd
Teaching language	#EnglishFriendly Spanish Galician			
Department				
Coordinator	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Lecturers	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
E-mail	pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
General description	Optative subject included in the last course of the degree. Its main goal is to help the student to understand why the decision-taking process (particularly those included in the commercial management) need additional information provided by market researches. Additionally to the why, how to execute this type of investigation will be analyzed: methods, sources, technicians of collected of information, systems of analysis and interpretation of data. The final aim is offering the student the knowledg and skills to perform an activity of this nature. English friendly.			

Training and Learning Results	
Code	
B1	CG1. To acquire knowledge of management, instrumental techniques and the most advanced, innovative elements in the study of commercial activity with the purpose of using them in commerce.
B2	CG2. To apply the knowledge acquired in professional practice in the future, developing the conceptual and operative abilities of future business managers in the context of a dynamic global economy undergoing a continuous process of change and innovation.
B6	CG6. To be familiar with different economic, legal, social and cultural situations and to acquire a global, multicultural perspective with the aim of guiding the strategies and operations targeting both national and international markets.
C1	CE1. To be familiar with the fundamental concepts and the development of the economy and business activity from a triple perspective: economic development, structural change and internationalization.
C4	CE4. To know the aims, functions and instrumental techniques of organizations□ different subsystems, as well as the relationships existing between them from the perspective of a systems approach.
C6	CE6. To be able to find, select and analyze information, documentation and other instruments of economic, juridical and social character concerning domestic and international commerce, with the aim of guiding the design and implementation of the strategy and the operative management of commerce.
C7	CE7. To be familiar with the interrelation between strategic marketing and strategic management from the perspective of a market-oriented perspective, as well as the relationships between organizations and their milieus with the aim of designing, with the help of marketing concepts and tools, goals and strategies that will be deployed in a comprehensive marketing plan.
C11	CE11. To understand the concept of quality, its implications in the implementation of tasks and functions and its influence in commercial reputation, as well as being able to assess and set up management systems and quality standards.
C15	CE15. To know and apply the quantitative methods of operations research for decision making in the area of commerce, as well as the design and analysis of surveys through probabilistic sampling for carrying out market research.
C25	CE25. To be able to choose and apply techniques of social research for the study of society with the aim of guiding the commercial strategies of organizations, as well as being able to assess commercial policies.
C26	CE26. To be able to use the personal skills, attitudes and knowledge acquired in the academic context through simulation of real situations of professional practice and through contact with the business world by means of the experience acquired with internships.
D1	CT1. Oral and written communication skills both in the official languages of the respective Autonomous Communities and in the chosen foreign language (English, French or German).
D2	CT2. Internet communication skills and use of multimedia tools.
D3	CT3. Ability to learn and work independently, and work planning and organization skills.
D4	CT4. Analysis, synthesis and critical-thinking skills.
D8	CT8. Leadership and teamwork skills.
D11	CT11. Ability to adapt to new situations.
D12	CT12. Creativity.
D13	CT13. Ability to take on responsibilities and get fully involved at work.
D15	CT15. Commitment to professional ethics.
D16	CT16. Entrepreneurship.

Expected results from this subject

Expected results from this subject	Training and Learning Results		
Understanding and know how to use the concepts of market research	B1	C1 C7 C11 C15 C25	D1 D3 D4 D17
To solve complex problems commercial and marketing managers can face	B1 B2 B6	C4 C6 C7 C11 C15 C25 C26	D1 D2 D3 D4 D8 D11 D12 D13 D15 D16 D17

Contents

Topic	
1. The market research role	Concept. Applications. Limitations. Ethical considerations. Types of research. Steps. Sources of information.
2. Exploratory research. Qualitative techniques	Characteristics. Discussion groups. In depth interview. Technical projectives. Observation.
3. Causal and descriptive research. Quantitative techniques	Characteristics. Experimentation. Ad hoc surveys. Periodic surveys.
4. Quantitative investigation	Measurement and properties of the scales. Types of scales: creation and evaluation Design of the questionnaire Sampling: basic concepts Types of analysis of data
5. Preparation of the report	Importance of the report. Structure of the report. Presentation.
6. Digital Marketing: Social networks and market research	Introduction: the most popular social networks The social networks as source of information Results analysis in social networks: tools

Planning

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Laboratory practical	17	34	51
Lecturing	25	31	56
Laboratory practice	1	15	16
Problem and/or exercise solving	2	25	27

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies

	Description
Laboratory practical	The practical sessions will generally take place in seminars, occasionally in classrooms of computing. Each session has different aims related to the application of knowledges to different situations, and of acquisition of skills related with the topic of study.

Lecturing	Professor's master session. It is recommended to students a prior reading of the material delivered by the professor. It will help the students to follow the explanations, and will let them to actively participate and discuss the questions posed by the professor. The material delivered must be complemented with additional annotations derived of the explanation or of the included bibliography in the sources of information.
-----------	---

Personalized assistance

Methodologies	Description
Lecturing	Attention to doubts can arise during the sessions or that arose in previous tasks.

Assessment

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Laboratory practical	Assistance, attitude and performance during the practices, reflected especially by means of the delivered exercises.	30	B2	C7 C15 C25 C26	D1 D2 D3 D4 D8 D11 D12 D13 D15 D16 D17
Laboratory practice	Partial proof to develop in a master session class, in the middle of the course	35	B1 B2 B6	C1 C4 C6 C7 C11 C15 C25 C26	
Problem and/or exercise solving	Written and individual proof to realise once finalised the teaching. It includes open and short questions on the concepts studied.	35	B1 B2 B6	C1 C4 C6 C7 C11 C15 C25 C26	

Other comments on the Evaluation

Students will be considered to follow the continuous evaluation if they attend, at least, 70% of the activities. It is possible to renounce to the continuous evaluation by a request to the staff of the subject before the third week of teaching. Or if during the course he / she accredits, in a documentary manner and in sufficient detail, a cause that objectively prevents the continuous evaluation.

In the continuous evaluation modality, the final grade will be the result of the partial test scores (70% of the final grade) and the performance of the tasks performed during the course (30% of the final grade). In case the development of the course does not allow a partial test, this test will be included in the final exam of the subject. To pass the subject, the students must obtain a minimum score of 5 points. The score obtained by the participation and the realization and delivery of the tasks established by the teacher remains in the June and July session of the current academic year but will not be maintained for successive courses. Any student who during the course participates in 20% of the evaluation tests of the program will not be able to obtain in any case the qualification of not presented.

Students who can not attend the continuous evaluation will be examined through a written test on the official date established in the exam calendar. The final grade will be the one with the one of the exam and will be valued at 10 points, considering that the approved grade is equal to or greater than 5. Students may have to provide a series of activities depending on the contingencies.

The subject will encourage the participation of students in the academic activities organized by the school or the university, which may be subject to an additional bonus to the activities of the course, with up to 0.3 points, provided that the participation.

Sources of information

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Malhotra, N.K., **Investigación de mercados. Conceptos esenciales**, 1ª, Pearson, 2016

Trespalacios Gutiérrez, J.A. [et al.], **Investigación de mercados: el valor de los estudios de mercado en la era del marketing digital**, 1ª, Paraninfo, 2016

Alonso Dos Santos, M., **Investigación de mercados: manual universitario**, 1ª, Díaz de Santos, 2018

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

Abel Monfort de Bedoya; María Jesús Merino Sanz; Silvia Villaverde Hernando, **Investigación de Mercados en Entornos Digitales y Convencionales**, 1ª, ESIC, 2020

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Operational research in the trading company/V06G270V01707

Social research techniques/V06G270V01708

IDENTIFYING DATA				
Economía internacional				
Subject	Economía internacional			
Code	V06G270V01803			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	2c
Teaching language	Castelán			
Department				
Coordinator	Iglesias Malvido, Carlos			
Lecturers	Iglesias Malvido, Carlos			
E-mail	calu@uvigo.gal			
Web				
General description	Economía Internacional é unha materia que se ofrece no segundo semestre do cuarto ano do Grao de Comercio. Consta de 6 créditos ECTS.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Code	
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos sobre temas relevantes no marco do comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridade, concisión e precisión, tanto dentro da organización coma con interlocutores externos en ámbitos nacionais e internacionais.
C1	CE1. Coñecer e comprender os conceptos fundamentais e a evolución da economía e da actividade empresarial desde unha tripla perspectiva: crecemento económico, cambio estrutural e internacionalización.
C2	CE2. Coñecer as teorías que analizan a intervención do estado en materia económica e os seus instrumentos, así como o concepto de estratexia, a súa tipoloxía e obxeto. Saber vencellar o obxeto e as condicións dos programas de promoción económica coa estratexia e actividades dila organización, así como saber instrumentalos en apoio da estratexia empresarial.
D3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.
D4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.
D5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.
D13	CT13. Capacidade para asumir responsabilidades e involucrarse no traballo.
D17	CT17. Atención ao detalle, precisión, motivación pola mellora continua.

Resultados previstos na materia			
Expected results from this subject	Training and Learning Results		
O alumno é capaz de coñecer a evolución da economía internacional nas últimas décadas	B3 B4	C1 C2	
O alumno é capaz de analizar novos problemas cos instrumentos adquiridos		C2	D3 D4 D5
O alumno é capaz de argumentar de modo coherente e intelixible, tanto de forma oral como escrita. Ademais, demostra posuír capacidade de análise e de síntese, de prestar atención ao detalle e de facer un bo traballo.			D3 D4 D13 D17
O alumno é capaz de elaborar informes económicos	B3	C1	D4 D5 D17

Contidos	
Topic	
Introdución á economía internacional	Conceptos básicos
Os procesos de integración económica	Acordos comerciais; acordos cambiarios; unións monetarias.
A Unión Monetaria Europea	A UE: aspectos institucionais; Crise financeira e crise do euro
Organismos económicos internacionais	Do GATT á OMC, FMI, Banco Mundial, etc.
A globalización económica	Crecemento e economía internacional; mecanismos de transmisión internacionais

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	20	40	60
Prácticas con apoio das TIC	15	40	55
Aprendizaxe colaborativa	5	25	30
Exame de preguntas obxectivas	5	0	5

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Lección maxistral	O profesor introduce ao alumnado nos aspectos xerais do programa da materia e desenvolve os conceptos de comprensión máis complexa. Así mesmo proporciona ao alumnado os materiais necesarios para as súas tarefas discentes. Recoméndase ao alumnado que, fora da aula, estude o material entregado.
Prácticas con apoio das TIC	Actividades de aplicación dos coñecementos nun contexto determinado e de adquisición de habilidades básicas e procedimentais en relación coa materia, a través do TIC.
Aprendizaxe colaborativa	Organización da clase en pequenos grupos onde o alumnado traballa de forma coordinada entre si para desenvolver tarefas académicas e profundar na súa propia aprendizaxe.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Prácticas con apoio das TIC	
Aprendizaxe colaborativa	

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Prácticas con apoio das TIC	Valorarase a participación nas clases, os exercicios, cuestionarios e calquera outro traballo que se propoña nas clases prácticas. Estas actividades valoraranse de forma conxunta coas tarefas realizadas en grupo.	20	B3 B4	C1	D3 D4 D5 D13 D17
Aprendizaxe colaborativa	Valorarase a participación nas clases, os resultados do traballo en grupo e a implicación co mesmo. Estas actividades valoraranse de forma conxunta coas tarefas realizadas nas prácticas con apoio do TIC.	20	B3 B4	C1	D3 D4 D5 D13 D17
Exame de preguntas obxectivas	Realizaranse exames con preguntas obxectivas baseadas no temario da materia. Os alumnos/as deben mostrar un nivel adecuado de coñecementos para superar a materia.	60	B3 B4	C1 C2	D3 D4 D5 D13 D17

Other comments on the Evaluation

A nota final do curso (para a primeira e segunda oportunidade) será a suma da nota polas actividades realizadas en avaliación continua ao longo do cuadrimestre (cunha ponderación do 60 por cento sobre o total) e da nota obtida nunha última proba que concidirá coa data da Avaliación Global en primeira oportunidade (cunha ponderación do 40 por cento do total).

Os exames realizaranse nas datas oficiais aprobadas polo centro. Estas poden consultarse na páxina web do centro <http://fcomercio.uvigo.es>.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Castro A.E. y Teixeira J.F., **Luces y sombras de las uniones económicas**, RBA, 2017
Krugman P. y Obstfeld, M., **Economía internacional. Teoría y política**, Pearson, 2016

Complementary Bibliography

Aranda, E. Pérez Moreno, S. y Sánchez Andrés A. (coord.), **Política económica y entorno empresarial**, Pearson, 2017
Krugman P., **El retorno de la economía de la depresión y la crisis actual**, Prentice-Hall, 2009
Ochando, C. (coord.), **Objetivos e instrumentos de las políticas económicas coyunturales**, Tirant lo Blanc, 2021
Banco central europeo, <https://www.ecb.europa.eu/ecb/html/index.es.html>,

Banco Mundial, www.bancomundial.org,
Fondo Monetario Internacional, www.fmi.org,
Organización Mundial de Comercio, www.wto.org,

Recomendacións

Subjects that it is recommended to have taken before

Economía: Economía española e mundial/V06G270V01201

Economía: Macroeconomía/V06G270V01202

Other comments

A asistencia a clase é moi recomendable, salvo causas moi xustificadas de forza maior, para a realización na aula dos traballos prácticos e para a avaliación continua.

IDENTIFYING DATA**Commercial Contracting**

Subject	Commercial Contracting			
Code	V06G270V01804			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4th	2nd
Teaching language				
Department				
Coordinator	Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
Lecturers	Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
E-mail	victoriapicatoste@vento.es			

----- UNPUBLISHED TEACHING GUIDE -----

IDENTIFYING DATA**History of economics and trade**

Subject	History of economics and trade			
Code	V06G270V01805			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4th	2nd
Teaching language				
Department				
Coordinator				
Lecturers				
E-mail				

----- UNPUBLISHED TEACHING GUIDE -----

IDENTIFYING DATA**Electronic commerce: Computing Elements**

Subject	Electronic commerce: Computing Elements			
Code	V06G270V01806			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4th	1st
Teaching language	#EnglishFriendly Spanish			
Department				
Coordinator	Rodríguez Damian, María			
Lecturers	Castro Rascado, Enrique Rodríguez Damian, María			
E-mail	mrdamian@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal/			
General description	Basic concepts of the e-commerce and his types. Websites and his technologies. Tools to value places of e-commerce. Security of the information and of the transactions in the e-commerce. Computer appearances of the legislation on the e-commerce			

Training and Learning Results

Code	
A2	Students will be able to apply their knowledge and skills in their professional practice or vocation and they will show they have the required expertise through the construction and discussion of arguments and the resolution of problems within the relevant area of study.
A3	Students will be able to gather and interpret relevant data (normally within their field of study) that will allow them to have a reflection-based considered opinion on important issues of social, scientific and ethical nature.
A4	Students will be able to present information, ideas, problems and solutions both to specialist and non-specialist audiences.
A5	Students will acquire the learning skills that are required to pursue further studies with a high degree of independence.
B1	CG1. To acquire knowledge of management, instrumental techniques and the most advanced, innovative elements in the study of commercial activity with the purpose of using them in commerce.
B2	CG2. To apply the knowledge acquired in professional practice in the future, developing the conceptual and operative abilities of future business managers in the context of a dynamic global economy undergoing a continuous process of change and innovation.
B3	CG3. To compile, process and interpret social, economic and legal data that will allow one to give an informed opinion on relevant issues in the commercial field.
B4	CG4. To be able to communicate effectively, clearly, concisely and accurately both within the organization and with external agents in national and international contexts.
B5	CG5. To acquire skills for leadership, independent learning, teamwork, motivation and flexibility, as well as for responsible and ethical behavior in order to deal appropriately with all the agents working in the organization and in the professional sphere.
B6	CG6. To be familiar with different economic, legal, social and cultural situations and to acquire a global, multicultural perspective with the aim of guiding the strategies and operations targeting both national and international markets.
C24	CE24. To use the computer tools and the statistics, accounting, financial and marketing concepts and techniques for the production and interpretation of reports and for comprehensive planning and management: functions of the supply chain and delivery to the customer, commercial risk management, financial and accounting management, among others, through use of tools like web technologies, database management, electronic transmission of data, electronic commerce, CRM and integrated systems.
C26	CE26. To be able to use the personal skills, attitudes and knowledge acquired in the academic context through simulation of real situations of professional practice and through contact with the business world by means of the experience acquired with internships.
D1	CT1. Oral and written communication skills both in the official languages of the respective Autonomous Communities and in the chosen foreign language (English, French or German).
D2	CT2. Internet communication skills and use of multimedia tools.
D3	CT3. Ability to learn and work independently, and work planning and organization skills.
D4	CT4. Analysis, synthesis and critical-thinking skills.
D5	CT5. Ability to apply the theoretical and practical knowledge acquired in the academic context, in particular to apply multidisciplinary knowledge and thinking.
D6	CT6. Ability to make decisions and solve problems.
D7	CT7. Ability to listen actively and skills for non-verbal communication, persuasion, negotiation and presentation.
D9	CT9. Tolerance. Ability to appreciate different points of view.

D11 CT11. Ability to adapt to new situations.

D12 CT12. Creativity.

D13 CT13. Ability to take on responsibilities and get fully involved at work.

D15 CT15. Commitment to professional ethics.

D16 CT16. Entrepreneurship.

D17 CT17. Attention to detail, precision, striving for continuous improvement.

D18 CT18. Ability to reflect on one's own performance.

Expected results from this subject

Expected results from this subject	Training and Learning Results			
(*)	A2	B1	C24	D1
	A3	B2	C26	D2
	A4	B3		D3
	A5	B4		D4
		B5		D5
		B6		D6
				D7
				D9
				D11
				D12
				D13
				D15
				D16
				D17
				D18
(*)	A2	B1	C24	D1
	A3	B2	C26	D2
	A4	B3		D3
	A5	B4		D4
		B5		D5
		B6		D6
				D7
				D9
				D11
				D12
				D13
				D15
				D16
				D17
				D18

Contents

Topic	
1. Introduction e-commerce	1.1 Introduction
2. Technological infrastructure of e-commerce	2.1. Internet and world wide web 2.2. Creation of an e-commerce website 2.3. Online security and payment systems 2.4. E-commerce and social networks
3. Business concepts	3.1. Marketing communications in e-commerce 3.2. e-Marketplaces 3.3 Legal issues in e-commerce

Planning

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Introductory activities	1	0	1
Presentation	12	25	37
Practices through ICT	18	35	53
Project	12	43	55
Objective questions exam	2	2	4

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies

	Description
Introductory activities	Assessment of the previous knowledges of the student and explanation of the methodology to be followed along the course.

Presentation	In these sessions will expose the different necessary subjects for the knowledge of the matter.
Practices through ICT	Exercises proposed by the professor that the students will resolve with the help of the computer in the classroom of computing. They will be individual works and in group.

Personalized assistance

Methodologies	Description
Practices through ICT	They are varied the strategies that put to disposal of the student to follow successfully the personalised development of the subject. During the realisation of the exercises, the student will be able to compare if his work is correct through comparative models. In group tutorials the student can go checking the evolution in the learning by means of feedback in the process, participating in the evaluation of the work realised. The student will also have self-assessment tests, in order to systematically reflect on the work done, the advances on the learned and the practical functionality of the contents taught. In any teaching circumstance (classroom, online or mixed), the tutoring sessions may be carried out by telematic means (email, videoconference, Moovi forums, Virtual Office Remote Campus, ...) under the arrangement of prior appointment.

Tests	Description
Project	They are varied the strategies that put to disposal of the student to follow successfully the personalised development of the subject. During the realisation of the exercises, the student will be able to compare if his work is correct through comparative models. In group tutorials the student can go checking the evolution in the learning by means of feedback in the process, participating in the evaluation of the work realised. The student will also have self-assessment tests, in order to systematically reflect on the work done, the advances on the learned and the practical functionality of the contents taught. In any teaching circumstance (classroom, online or mixed), the tutoring sessions may be carried out by telematic means (email, videoconference, Moovi forums, Virtual Office Remote Campus, ...) under the arrangement of prior appointment.

Assessment

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Presentation	In this section described the works of theory realised by the students that will deliver in the terms fixed by means of the platforms that indicate along the course. Said works will be formed by a part in digital support (layout, development, etc) and another part of presentation by means of applications cloud. Distributed in four deliveries throughout the term.	30	A2 A3 A4 A5	C24 C26	D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D9 D11 D12 D13 D15 D16 D17 D18
Project	In this section, the realization of a project that encompasses the knowledge acquired in the subject is valued. Distributed in four deliveries throughout the term.	60		B1 B2 B3 B4 B5 B6	C24 C26 D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D9 D11 D12 D13 D15 D16 D17 D18
Objective questions exam	Short questions related to the documentation made available to the student to establish the basic concepts.	10	A3 A5	B1 B3 B6	D1 D3 D4 D5

Other comments on the Evaluation

All students are reminded of the prohibition of the use of mobile devices or laptops in exercises, practices and tests, in

compliance with Article 13.2.d) of the University Student Statute, regarding the duties of university students, which establishes the duty to "refrain from using or cooperating in fraudulent procedures in evaluation tests, in the work performed or in official University documents".

Evaluation

Students may choose the evaluation system they wish to be applied. By default, they are in the continuous evaluation, but may renounce this evaluation to submit a single global exam. The renunciation to the continuous evaluation can be done through the Moovi platform until the day before the first test or evaluable delivery or by means of the renunciation enabled by the faculty.

Continuous evaluation

In order to pass this evaluation it is necessary that the student obtains a minimum score of 50% of the total of the subject and also in the sections "Presentation", "Project" and "Questions" it is necessary to obtain a minimum score of 30% of the maximum score in each section.

Students will form work teams and develop a project throughout the whole term. The development of the project will be done by deliveries, each delivery consists of the parts of the project developed, the corresponding documentation, and the presentation. This corresponds to the sections: "Project-Presentation". For each delivery the teacher will make available to the student all the requirements of the delivery, as well as the documentation and sources of information considered necessary to carry it out. Each group will make the delivery in digital format, and a presentation explaining the most relevant details of the work done.

The sum of all the deliveries and presentations will constitute 90% of the total grade. There will be a total of four deliveries with their respective presentations distributed throughout the term. The dates of each of them will be published in the Moovi platform. The deliveries have the following weightings: **10%, 40%, 20% and 20%**. The remaining **10%** will be obtained by the resolution of questionnaires in the Moovi platform, and corresponds to the "Questions" section.

Global exam

In order to pass this evaluation it is necessary that the student obtains a minimum score of 50% of the total of the subject and obtains a minimum score of 30% of the maximum score of these tests. This exam will consist of two sections:

- Test of short answers and/or development questions (40%) on the theory part.
- Presentation of a project carried out upon request and assignment by the teacher (60%).

An exam will be held on the date set by the center at the end of the term whose scores will be 100% of the subject, except for those students who have opted for continuous assessment who will only attend with the part that has not reached the minimum.

Participation in complementary activities

Provided that the student has passed the subject according to the criteria described above, a maximum of 1 point will be added to the grade obtained for participation in certain external or internal activities that may take place during the term in which the subject is taught, and that the faculty of this subject considers of interest. These may be activities organized by the center, the university, or other entities, such as visits to companies, lectures, round tables, conferences, workshops, seminars, or similar. To this end, the teachers of the subject will previously communicate to the students by the usual means (in face-to-face hours or by Moovi) those activities in which the participation will mean an increase of the grade. Participation in each activity will be credited with 0.25 points, and up to a maximum of 1 point; in any case, the final grade of the subject may not exceed a maximum of 10. Students must provide a document accrediting their participation in each activity they wish to be counted within the deadlines indicated by the person coordinating the subject. In the case of activities organized by the center, the center will be responsible for collecting this information and transferring it to the teachers.

*This didactic guide was originally written in Spanish and has been translated into other languages. If you have any doubts about its interpretation, please consult its Spanish version.

Sources of information

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Agencia Española de Protección de datos, **Guías y herramientas**, 2018,

Andrew Tanenbaum, Nick Feamster, David Wetherall, **Computer Networks**, 2021,

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

Chaffey, Dave y Fiona Ellis-Chadwick, **MChaffey: Digital Marketing**, 2022,

Adigital, **Libro blanco del comercio electrónico**, 2013,

Kenneth Laudon, Carol Traver, **E-commerce 2021-2022: business. technology**, 2021,

Ordóñez, Jordi, **Blog de Jordiob**,

Prestashop, **Blog de E-commerce**,

Varios, **Transformación Digital**, 2016, The Valley Business School, 2016

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

IT applied to commercial management/V06G270V01307

Other comments

Those students that can not assist to class by reasons of work or have dispenses of assistance, will have to put in contact with the professors to principle of course to end to arbitrate the necessary measures so that they can realise continuous evaluation.

- 1.- Like support to the teaching, will use platforms of virtual learning (MOOVI)
 - 2.- It is convenient that the student activate the account of email that provides him the Univerity of Vigo.
 - 3.- Also for the follow-up of the matter, is indispensable to have an Gmail/Microsoft account
-

IDENTIFYING DATA				
Language for international communication: English				
Subject	Language for international communication: English			
Code	V06G270V01807			
Study programme	Grado en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4th	2nd
Teaching language	English			
Department				
Coordinator	González Crespan, María Araceli			
Lecturers	González Crespan, María Araceli			
E-mail	acrespan@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
General description	This is an advanced-level communicative course that makes use of the skills and knowledge of the Degree in Commerce. Designed as an ESP course, it combines language and communication skills with the specialization in trade, marketing and business as a driver. It will deal with career skills such as job searching and its approach is interdisciplinary by, for example, applying business methodologies (case studies, SWOT, PESTEL, ...).			

Training and Learning Results				
Code				
A3	Students will be able to gather and interpret relevant data (normally within their field of study) that will allow them to have a reflection-based considered opinion on important issues of social, scientific and ethical nature.			
A5	Students will acquire the learning skills that are required to pursue further studies with a high degree of independence.			
B2	CG2. To apply the knowledge acquired in professional practice in the future, developing the conceptual and operative abilities of future business managers in the context of a dynamic global economy undergoing a continuous process of change and innovation.			
B4	CG4. To be able to communicate effectively, clearly, concisely and accurately both within the organization and with external agents in national and international contexts.			
B6	CG6. To be familiar with different economic, legal, social and cultural situations and to acquire a global, multicultural perspective with the aim of guiding the strategies and operations targeting both national and international markets.			
C7	CE7. To be familiar with the interrelation between strategic marketing and strategic management from the perspective of a market-oriented perspective, as well as the relationships between organizations and their milieus with the aim of designing, with the help of marketing concepts and tools, goals and strategies that will be deployed in a comprehensive marketing plan.			
C8	CE8. To understand the psycho-sociological processes through which people learn, make decisions, communicate, manage their needs and relations, negotiate, buy, etc. with the aim of acquiring useful skills in the personal and professional areas.			
C18	CE18. To know and be able to use the chosen foreign language (English, French or German) orally and in writing, with the aim of using it for professional purposes, particularly for commercial activities.			
D1	CT1. Oral and written communication skills both in the official languages of the respective Autonomous Communities and in the chosen foreign language (English, French or German).			

Expected results from this subject				
Expected results from this subject	Training and Learning Results			
To be able to communicate effectively, clearly, concisely and accurately using non-sexist, inclusive language both within the organization and with external agents in national and international contexts	A3	B4		D1
To be familiar with the interrelation between strategic marketing and strategic management from the perspective of a market-oriented perspective, as well as the relationships between organizations and their milieus with the aim of designing, with the help of marketing concepts and tools, goals and strategies that will be deployed in a comprehensive marketing plan.	A3	B2	C7 C18	
To understand the psycho-sociological processes through which people learn, make decisions, communicate, manage their needs and relations, negotiate, buy, etc. with the aim of acquiring useful skills in the personal and professional areas. Equality and diversity will be emphasized.	A5		C8	D1
To know and be able to use the chosen foreign language (English, French or German) orally and in writing, with the aim of using it for professional purposes, particularly for commercial activities.		B6	C18	D1

Contents

Topic	
Basic Vocabulary for Marketing	1.1 Defining Marketing 1.2 Types of Marketing 1.3 Markets and Competitors 1.4. Inclusive, non-sexist language
The role of marketing	2.1. Skills and qualifications: Job Interviews 2.2. Organisations, gender and equality 2.3. Role of marketing within an organisation 2.4. Identifying stakeholders
Marketing plan	3.1. Outlining a marketing plan 3.2 International customer communication (differences in cultural attitudes and behaviours; adapting messages for a new market. 3.3. Marketing audit and analysis (SWOT, PESTEL, FIVE FORCES) 3.4. Marketing Mix: the Ps, the Cs, As and Os. 3.5. Writing a strategy. 3.6 Presenting for Success.
Market research	4.1. Types of research. Research needs 4.2. Research methodology 4.3. Moderating a focus group 4.4. Writing survey questions. Understanding trends and changes and explaining survey data
Digital marketing	5.1. A failing strategy? 5.2. New objectives 5.3. New tools and techniques 5.4. Effective writing for the web

Planning			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Introductory activities	1	1	2
Lecturing	22	58	80
Laboratory practical	12	40	52
Case studies	0	4	4
Presentation	4	0	4
Problem and/or exercise solving	0	2	2
Simulation or Role Playing	4	0	4
Objective questions exam	2	0	2

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
	Description
Introductory activities	Introduction to the subject: objectives, contents, methodology, criteria for evaluation, system of work etc.
Lecturing	Discussion of contents, theoretical bases and instructions on assignments, exercises or projects.
Laboratory practical	Practice of communicative skills in small groups, through individual, pair or team activities.

Personalized assistance	
Methodologies	Description
Laboratory practical	In any teaching context (in-class, online or blended), student assistance may be done online (email, remote campus) by appointment. Any demand for such an assistance will be replied in a maximum period of three working days, whenever possible.

Assessment		Qualification	Training and Learning Results			
	Description		A3	B2	C7	D1
Case studies	Group activity. An analysis of a company, written as a report. For example, an audit including SWOT, PESTEL and Five Forces.	15	A5	B4	C18	B6
Presentation	Group presentation based on assigned readings of a current topic, for example, social marketing.	20	A3	B2	C18	D1
Problem and/or exercise solving	Elaboration of a questionnaire for market research. This will be an individual, peer-reviewed activity.	15	A5	B4	C18	D1
Simulation or Role Playing	Simulation of a job interview. It will be an individual activity and may comprise oral and written skills.	10	A5	B4	C8	D1
				B6	C18	

Objective questions exam	It will encompass the different units and materials dealt with in the course. There will be questions on vocabulary, language functions and appropriate use of English in context, reading, listening, writing and other issues such as the communicative content of the course. There will be short and closed-answer questions.	40	A3 B2 C18 D1 A5 B4
--------------------------	---	----	-----------------------

Other comments on the Evaluation

ATTENDANTS: The evaluation will be continuous. 75% attendance is required. Arriving late will be considered non-attendance. The students who fail may take an exam in July (results will be 100% of the grade).

NON ATTENDANTS: Any student unable to meet the attendance requirement of 75% evaluation **must communicate it to the professor in the first month of class, or at the moment when attendance is impossible**. These students may take an exam at the end of the period of classes whose result will add up to 100% of the qualification. In the event of failing the subject, they may retake an exam in July.

N.B.: In case of plagiarism, the student will fail.

Sources of information

Basic Bibliography

Mascull, Bill, **Business Vocabulary in Use.**, Cambridge University Press, 2012

Pilbeam, Adrian, **Market Leader. International Management**, Longman, 2000

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

Complementary Bibliography

Adam, J.H., **Dictionary of Business English**, Longman, 1991

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

Alcaraz, Enrique y Brian Hughes, **Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales: inglés-español**, 6ª, Ariel, 2012

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

Brieger, Nick and Jeremy Comfort, **Language Reference for Business English**, Prentice Hall, 1992

Brieger, Nick & Simon Sweeney, **The Language of Business English. Grammar and Functions.**, Prentice Hall, 1994

Jones-Macziola, Sarah and Greg White, **Further Ahead**, Cambridge University Press,

Littlejohn, Andrew, **Company to Company**, Cambridge University Press, 2002

Trappe, Tonya & Grahame, Tullis, **Intelligent Business (Intermediate)**, Pearson Education Limited, 2005

Comfort, Jeremy, **Effective Socializing**, Oxford University Press, 2005

Lozano Irueste, José María, **Diccionario Bilingüe de Economía y Empresa**, Pirámide, 2001

Parra, Eduardo, **Diccionario inglés de publicidad y marketing**, Gestión, 2000

Silva Rojas, Terencia, María Jesús Barsanti, María José Corvo y Beatriz Figueroa, **Diccionario cuatrilingüe de marketing y publicidad: inglés, español, francés y alemán**, @bedecedario, 2009

<http://www.acronymfinder.com/>, **Acronym Finder**,

<http://www.foreignword.com/>, **The Language Site: <http://www.foreignword.com/> Harraps Marketing Dictionary: English-Spanish**, Chambers Harrap, 2004

Diccionario Oxford Business Spanish-English, Oxford University Press, 2002

<http://www.wordreference.com/>, **WordReference.com Online Language Dictionarie**,

<http://www.microsoft.com/smallbusiness/resources/marketing/advertising-branding/9-steps-to-making-tr>, **Nine steps to making trade shows pay off**,

http://eventplanning.about.com/od/eventplanningbasics/tp/trade_show_etiquette.htm1, **Trade show booth etiquette can attract or repel attendees**,

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

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Language for intercultural negotiation: English/V06G270V01505

Other comments

A complete bibliography as well as the necessary material for the course, will be uploaded in the e-teaching platform Moovi.

NB: In order to foster the participation in complementary activities such as company visits, talks, round tables, lectures, seminars, etc, the final grade could increase up to 0.5 points. The professor will indicate which are the recommended

activities and the student will show documentary proof of attendance. This will only be applicable for students who have passed the subject.

IDENTIFYING DATA				
Idioma para a comunicación internacional: Alemán				
Subject	Idioma para a comunicación internacional: Alemán			
Code	V06G270V01809			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Optional	4	2c
Teaching language	Alemán Castelán			
Department				
Coordinator	Barsanti Vigo, María Jesús			
Lecturers	Barsanti Vigo, María Jesús			
E-mail	barsanti@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
General description	Nesta materia, ademais de seguir insistindo na adquisición dunha boa destreza idiomática xeneral no nivel comprensivo e comunicativo, poderase incidir máis de cheo na práctica dalgúns habilidades que poidan ser útiles de face á futura actividade que o alumnado deberán afrontar, ao ter que utilizar un idioma estranxeiro como ferramenta de traballo, tanto no mundo laboral como no profesional.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Code	
C7	CE7. Coñecer e comprender a interrelación entre o marketing estratéxico e a dirección estratéxica desde unha perspectiva de orientación ó mercado, así como a relación entre as organizacións e o seu entorno co fin de deseñar, a partires dos conceptos e ferramentas do marketing, obxetivos e estratexias que se desenvolverán no plan integral de marketing.
C8	CE8. Comprender os procesos psicosociolóxicos mediante os cales as persoas aprenden, deciden, se comunican, xestionan as súas necesidades e relacións, negocian, mercan, etc. co fin de desenvolver competencias útiles no ámbito persoal e profesional.
C14	CE14. Comprender e saber analizar o rol socioeconómico do emprendedor e do directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
C18	CE18. Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elegida (inglés, francés ou alemán) co obxecto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.
C26	CE26. Saber empregar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.

Resultados previstos na materia	
Expected results from this subject	Training and Learning Results
Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.	C7
Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.	C18
Saber emplegar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.	C26
Comprender os procesos psicosociolóxicos mediante os cales as persoas aprenden, deciden, se comunican, xestionan as súas necesidades e relacións, negocian, mercan, etc. co fin de desenvolver competencias útiles no ámbito persoal e profesional.	C8
Comprender e saber analizar o rol socioeconómico do emprendedor e do directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.	C14

Contidos	
Topic	
1. Die Nebensätze (I)	1. Vorlesung: Lerntipps
2. Das Adjektiv: Deklination und Steigerung	2. Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern (I)
3. Die Relativsätze	3. Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern (II)
4. Die Nebensätze (II)	4. Verkaufsgespräche (I)

5. Die Fragepronomen des Adjektivs	5. Verkaufsgespräche (II)
6. Das Passiv	6. Das Beratungsgespräch (I)
7. Der Konjunktiv I: Das Bildung und der Gebrauch. Der Konjunktiv als Ausdruck der Nichtwirklichkeit (Irrealität) und der Möglichkeit	7. Kommunikation zur Anbahnung und Erfüllung eines Kaufvertrages: der Geschäftsbrief (I)
8. Die Infinitivsätze	8. Kommunikation zur Anbahnung und Erfüllung eines Kaufvertrages: der Geschäftsbrief (II)
9. Der Konjunktiv II: Das Bildung und der Gebrauch.	9. Kommunikation zur Anbahnung und Erfüllung eines Kaufvertrages: das Telefongespräch
10. Die Wortbildung	10. Kommunikation zur Anbahnung und Erfüllung eines Kaufvertrages: die E-Mail

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Traballo tutelado	5	7	12
Prácticas de laboratorio	13	17	30
Resolución de problemas	4	59	63
Lección maxistral	18	22	40
Resolución de problemas e/ou exercicios	5	0	5

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Traballo tutelado	Traballos tutelados e individuais sobre os temas expostos na aula nas clases teóricas
Prácticas de laboratorio	Sesións de prácticas gramaticais e léxicas con exercicios orais adecuados aos temas expostos nas sesións teóricas.
Resolución de problemas	O alumno realizará exercicios de tipo práctico sobre cuestións gramaticais e léxicas.
Lección maxistral	Exposición teórica de temas gramaticais e léxicos. Actividades complementarias como o coñecemento e bo manexo dos dicionarios monolingües e bilingües e outras ferramentas de aprendizaxe.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Traballo tutelado	Nas horas de traballo autónomo do alumnado
Prácticas de laboratorio	Nas horas de traballo en aula e en grupo

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Prácticas de laboratorio	O alumnado realizará exercicios de comprensión baseados no vocabulario específico aprendido	30	C7 C8 C14 C18 C26
Resolución de problemas	O alumno realizará exercicios de tipo práctico sobre cuestións gramaticales e léxicas.	30	C7 C8 C14 C18 C26
Resolución de problemas e/ou exercicios	Exame final escrito	40	C7 C8 C14 C18 C26

Other comments on the Evaluation

1ª Convocatoria xaneiro-maio

A avaliación e a conseguinte cualificación do traballo do alumnado levarase a cabo cun procedemento de avaliación continua de acordo coas porcentaxes descritas máis arriba. O exame final escrito realizarase a última semana de clase. A

nota do exame escrito non deberá ser inferior a 4 para optar a superar a materia.

Os alumnos poden renunciar á avaliación continua: para iso presentarán un escrito indicando o seu expreso desexo de renuncia durante o primeiro mes de clase; a avaliación da materia obterana da cualificación alcanzada nun exame único final co total do contido da materia. A nota do exame escrito non deberá ser inferior a 5 para superar a materia.

2ª Convocatoria xuño-xullo

Exame teórico-práctico escrito dos contidos do curso polo 100% da cualificación. A nota do exame escrito non deberá ser inferior a 5 para superar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Schlüter, Sabine, **Menschen. Deutsch als Fremdsprache Berufstrainer A1**, 2020

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

Complementary Bibliography

Castell, A., **Gramática de la lengua alemana**, 2011

Haensch-López Casero, **Wirtschaftsterminologie Spanisch/Deutsch**, 1995

Hering, A. und Matussek, M., **Geschäftskommunikation. Schreiben und Telefonieren**, 1996

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

Stalb, H., **Aufbaukurs Deutsch**, 1993

Recomendacións

Subjects that it is recommended to have taken before

Idioma para a negociación intercultural: Alemán/V06G270V01507

IDENTIFYING DATA				
Traballo de Fin de Grao				
Subject	Traballo de Fin de Grao			
Code	V06G270V01991			
Study programme	Grao en Comercio			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	4	2c
Teaching language	Castelán			
Department				
Coordinator	González Dacosta, Jacinto			
Lecturers	González Dacosta, Jacinto			
E-mail	jdacosta@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal/			
General description	O traballo fin de grao é un traballo persoal que cada estudante realizará de xeito autónomo baixo tutorización docente e que debe permitirle mostrar de forma integrada a adquisición de coñecementos e as competencias asociadas a a titulación			

Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Code	
B1	CG1. Adquirir coñecementos de xestión, das técnicas instrumentais, así como dos elementos máis avanzados e innovadores no estudo da actividade comercial para a súa utilización no comercio.
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos sobre temas relevantes no marco do comercio.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridade, concisión e precisión, tanto dentro da organización coma con interlocutores externos en ámbitos nacionais e internacionais.
B6	CG6. Coñecer e comprender distintas realidades económicas, xurídicas, sociais e culturais e adquirir unha visión global e multicultural co fin de orientar as estratexias e operacións hacia mercados tanto nacionais como internacionais
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).
D2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet e manexo das ferramentas multimedia.
D4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.
D5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.
D6	CT6. Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.
D7	CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.
D12	CT12. Creatividade.
D16	CT16. Iniciativa.
D18	CT18. Capacidade reflexiva sobre o propio traballo.

Resultados previstos na materia		
Expected results from this subject	Training and Learning Results	
Será capaz de buscar e estruturar un traballo sobre calquera tema . Terá capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.	B1	D1
	B3	D2
	B6	D4
		D5
		D6
		D7
		D12
		D16
Será capaz de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos en o contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razonamientos multidisciplinares.	B4	D18
	B6	

Contidos
Topic

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Aprendizaxe baseado en proxectos	0	122	122
Traballo tutelado	4	10	14

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Aprendizaxe baseado en proxectos	Traballo autónomo en o que cada estudante realizará un proxecto con unha finalidade específica e en o que se deberá planificar, deseñar e executar unha serie de actividades baseadas en a recopilación, análise e tratamento de a información así como a investigación.
Traballo tutelado	A evolución de o traballo fin de grado será tutorizada de xeito persoal.
Actividades introductorias	Deseñarase o traballo e se daran as pautas para a recopilación e o análise de as fontes e a bibliografía.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Actividades introductorias	O titor dedicará o tempo que considere necesario a atender a cada estudante a o seu cargo explicando en que consiste o traballo fin de grado e orientándoo en os inicios de o mesmo
Aprendizaxe baseado en proxectos	O titor asesorará a o estudante en a preparación e realización de o seu proxecto
Traballo tutelado	O titor dedicará o tempo que considere necesario a atender a cada estudante a o seu cargo e orientar o seu traballo e guiar o proceso de aprendizaxe , así como corrixir e revisar a memoria e a presentación oral

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results	
Aprendizaxe baseado en proxectos	Realización e presentación de o traballo autónomo do estudante.	100	B1 B3 B4	D2 D4 D5 D6 D7 D12 D16 D18

Other comments on the Evaluation

O titor emitirá un informe sobre cada traballo a o seu cargo, en os términos de favorable ou desfavorable, e emitirá unha cualificación numérica do mesmo no caso de tratarse dun tribunal unipersoal.

No caso do tribunal colexiado, a petición previa do alumnado, o tribunal encargado de avaliar o TFG terá en conta dita cualificación.

A avaliación seguirá a normativa de TFG aprobada polo centro.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Recomendacións

Other comments

Recoméndase que o alumnado lea previamente a normativa da Universidade de Vigo sobre o TFG , así como a normativa propia do Grado en Comercio da Facultade de Comercio.

O alumnado deberá ter en conta as recomendacións establecidas para elaborar o TFG e para a súa presentación.

É importante que o alumnado teña en conta os prazos e formularios a cumprimentar en cada convocatoria e en cada momento.