Universidade Vigo

GRADO EN COMERCIO

Memoria para la verificación de titulaciones oficiales de Grado y Máster Universitario de acuerdo con el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

Aprobado na Xunta de Facultade o 14/04/2023

Contenido

1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO 3
1.1. Descripción 3
1.2. Justificación del título.....3
1.3. Objetivos formativos 5
2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE 6
3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD 10
3.1. Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes 11
3.2. Criterios para el reconocimiento y transferencias de créditos.....13
3.3. Procedimientos para la organización de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida 14
4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS 18
4.1. Estructura básica de las enseñanzas.....18
4.2. Actividades y metodologías docentes.....84
4.3. Sistemas de evaluación 85
4.4. Estructuras curriculares específicas 86
5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA.....87
5.1. Perfil básico del profesorado 87
5.2. Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios.....92
6. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE: MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS 92
6.1. Recursos materiales y servicios.....92
6.2 Procedimiento para la gestión de las prácticas externas 93
6.3. Previsión de dotación de recursos materiales y servicios.....93
7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN.....93
7.1. Cronograma de implantación del título.....93
7.2 Procedimiento de adaptación.....94
7.3 Enseñanzas que se extinguen.....94
8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD 94
8.1. Sistema Interno de Garantía de la Calidad 94
8.2. Medios para la información pública.....94

1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

1.1. Descripción

TABLA 1. Descripción del título

1.1. Denominación del título:	Graduado/a en Comercio
1.2. Ámbito de conocimiento:	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo
1.3. Menciones y especialidades:	No procede
1.4.a) Universidad responsable:	Universidad de Vigo
1.4.b) Universidades participantes:	No procede
1.4.c) Convenio:	No procede
1.5.a) Centro de impartición responsable:	Facultad de Comercio
1.5.b) Centros de impartición:	No procede
1.6. Modalidad de enseñanza:	Presencial
1.7. Número total de créditos:	240
1.8. Idiomas de impartición:	Gallego Español
1.9.a) Número total de plazas:	90
1.9.b) Oferta de plazas en modalidad presencial:	360*
1.9.c) Oferta de plazas en modalidad semipresencial o híbrida:	No procede
1.9.d) Oferta de plazas en modalidad no presencial o virtual:	No procede

*Resultado de multiplicar el nº de plazas de nuevo ingreso X el total de cursos en que se estructura la titulación (90X4=360)

1.2. Justificación del título

Esta memoria del Grado en Comercio de la Universidad de Vigo tiene por finalidad la adaptación de la Memoria original de Grado del 23 de septiembre de 2010 al RD 822/2021 de 28 de septiembre por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del aseguramiento de la calidad, así como modificar temporalidades, denominaciones de asignaturas y adaptación de contenidos con el fin de mejorar la titulación.

La creciente relevancia del comercio y de la actividad comercial, hace necesaria la presencia de personas dedicadas al desarrollo de las funciones propias del comercio y de la actividad comercial con capacidad para desempeñar las tareas específicas de esta área de negocio. Estos profesionales

necesitan estar dotados de competencias y habilidades específicas, diferentes de las requeridas en otros ámbitos de la empresa.

Actualmente, Comercio, queda recogido en el RD 822/2021 de 28 en su anexo I que recoge los diferentes ámbitos de conocimiento entre los que se identifica el ámbito de Ciencias Económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo.

El interés académico se pone de manifiesto además en los diferentes grados en Comercio que se imparten en las Universidades Públicas Españolas (Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Valladolid, Universidad de Málaga o la Universidad de Oviedo, así como en las Universidades privadas. En Francia, país con una larga y prestigiosa tradición en los Estudios Superiores de Comercio, existen diferentes titulaciones superiores de Comercio: Unas impartidas por las prestigiosas y cotizadas Écoles de Commerce y otras por los Instituts Universitaires de Technologie (IUT). En Alemania existen Estudios Superiores de Comercio, con carácter más profesionalizado, impartidos por las Fachhochschule.

Existe una amplia bibliografía que pone de manifiesto el elevado desarrollo académico de las materias que conforman el comercio, el marketing y la gestión comercial de las organizaciones y el gran volumen de conocimientos que se ha ido creando y que sigue su evolución en el momento actual.

Dentro del mapa de titulaciones del Sistema Universitario de Galicia y de la oferta de grados de la Universidad de Vigo, el Grado en Comercio se asocia a conocimientos, habilidades y competencias singulares que lo convierte en un Grado único en Galicia.

El objetivo del estudio científico y analítico del Comercio es ofrecer unos principios que permitan interpretar y explicar los fenómenos que acontecen tanto en el ámbito general de la economía como en el ámbito particular de los negocios, en su vertiente doméstica como internacional y ello con un marcado carácter multidisciplinar confiriéndole al título un interés científico contrastable. El comercio es considerado el motor de crecimiento de la economía produciéndose una relación dinámica entre crecimiento y apertura de las economías hacia el exterior dando lugar a la internacionalización del comercio y por lo tanto de los negocios.

El comercio como actividad dentro de la economía precisa de profesionales expertos, capaces de estudiar, analizar y tomar decisiones para su correcto desarrollo, así como para la expansión y el crecimiento de los negocios de un país. En este sentido, es necesario contar con una preparación que permita abordar todo el campo del tráfico mercantil desde el diseño estratégico de los negocios hasta los diferentes instrumentos que hacen posible las transacciones comerciales teniendo en cuenta la complejidad de las relaciones del comercio y la aplicación de las nuevas tecnologías.

1.3. Objetivos formativos

1.11.a) Principales objetivos formativos del título

El Grado en Comercio tiene como objetivo general la formación de futuros titulados preparados para desempeñar labores propias de la gestión empresarial, por lo tanto, capacitados para el análisis, diagnóstico y toma de decisiones estratégicas, mediante la correcta utilización de los métodos, procedimientos y herramientas de aplicación en la organización empresarial, contribuyendo así al mantenimiento, mejora y desarrollo de estas, tanto en los mercados nacionales como Internacionales.

Para lograr el objetivo general, el Grado en Comercio se propone:

- ✓ Formar profesionales versátiles, pragmáticos y capacitados para crear su propio negocio o empresa, para el desarrollo del ejercicio libre de la profesión, así como desempeñar diversas tareas, tanto en la empresa privada como en organismos e instituciones públicas nacionales e internacionales.
- ✓ Facilitar al estudiantado una sólida capacitación metodológica de gestión y tratamiento de la información basados en criterios de igualdad de género, oportunidades, responsabilidad social y respeto por los derechos humanos en el ámbito personal y profesional.

El estudiantado, una vez finalizado el programa formativo del Grado en Comercio, debe ser capaz de:

- Analizar con espíritu crítico las realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales para adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados nacionales e internacionales.
- Examinar las diferentes áreas funcionales que afectan de forma directa y global a la gestión del comercio, con responsabilidad ética, combinando la formación específica con las habilidades personales, directivas y comerciales, el manejo de las TICs y la utilización fluida de los idiomas específicos.

1.11.b) Objetivos formativos de las menciones o especialidades

No procede

1.12. Estructuras curriculares específicas y justificación de sus objetivos

No procede

1.13. Estrategias metodológicas de innovación docente específicas y justificación de sus objetivos

No procede

1.14.a) Perfiles fundamentales de egreso a los que se orientan las enseñanzas

Los perfiles profesionales vinculados al Grado en Comercio se derivan de la importancia de este sector en la actividad económica. La complejidad de las relaciones comerciales, la actividad mercantil, el conocimiento de los instrumentos utilizados para el desempeño del comercio y el

marketing y las nuevas tecnologías hacen necesario disponer de personas especialmente capacitadas para el desempeño de unas profesiones que insistentemente demanda el mercado laboral.

A lo anterior, debe añadirse la necesidad de disponer de un personal especialmente capacitado encargado de realizar las funciones dentro del marco internacional, ya que la apertura, cada vez mayor, de las economías nacionales al exterior y, consiguientemente, la posibilidad de acudir a los mercados extranjeros obliga a contar con personas idóneas para ejercer esas actividades.

Los perfiles de los egresados del graduado/a en comercio están vinculados con los diversos puestos a desempeñar a tenor de las actividades que se engloban en el comercio tanto desde el punto de vista de los negocios como de la investigación y que se desarrollará a diferentes niveles en el marco de los organismos e instituciones públicos y privados. Los puestos de trabajo que podrán desarrollar nuestros alumnos abarcan un espectro muy amplio, desde el ámbito privado de los negocios, como responsable comercial y de marketing, responsable de gestión integral, responsable de administración, responsable de sistemas de información, responsable de logística y transporte, responsable de distribución y retail, gestor de internacionalización hasta técnico comercial del Estado, pasando por una pluralidad de actividades vinculadas al comercio.

1.14.b) Actividad profesional regulada habilitada por el título

No procede

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

Se han adaptado las antiguas competencias generales, transversales y específicas teniendo en cuenta lo que se establece en el RD 822/2021. Se recogen en un total de cuarenta y ocho resultados, repartidos entre dieciocho "conocimientos contenidos", veinte "habilidades destrezas" y diez "competencias" que serán verán reflejados en las diferentes asignaturas del Grado

Código	Relación de los Resultados de Aprendizaje	**Tipología del RA básico al que se asocia (RD822/2021)**
COM01	Valorar las realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales para interpretar, con una visión global y multicultural, y con ello decidir las estrategias y operaciones empresariales	Competencias
COM02	Asumir responsabilidades e involucrarse en las tareas laborales con un comportamiento ético para el trabajo en equipo	Competencias
COM03	Identifica las contribuciones de los estudios de género en los temas relevantes del comercio	Competencias
COM04	Sabe distinguir, tanto en los análisis teóricos como en los análisis empíricos, los efectos de las variables sexo y género y el valor de la igualdad	Competencias
COM05	Usa el lenguaje de manera inclusiva y no sexista	Competencias
COM06	Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas	Competencias

Código	Relación de los Resultados de Aprendizaje	**Tipología del RA básico al que se asocia (RD822/2021)**
COM07	Capacidad de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés o alemán).	Competencias
COM08	Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo	Competencias
COM09	Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo	Competencias
COM10	Capacidad de trabajo en equipo y de asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo	Competencias
CON01	Identificar e interpretar los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización	Conocimientos Contenidos
CON02	Interpretar las teorías que analizan la intervención del Estado en materia económica y sus instrumentos: ingreso público, gasto público y política de regulación	Conocimientos Contenidos
CON03	Interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida	Conocimientos Contenidos
CON04	Definir 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	Conocimientos Contenidos
CON05	Identificar los objetivos, alcance y valor de la función de aprovisionamiento y distribución comercial, sus interrelaciones con el resto de subsistemas y su papel como intermediaria de la actividad comercial, con el fin de diseñar estrategias para la provisión y comercialización de bienes y servicios, tanto a través de establecimientos como mediante TIC	Conocimientos Contenidos
CON06	Interpretar la interrelación entre el marketing y la dirección estratégicos 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	Conocimientos Contenidos
CON07	Identificar y describir los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional	Conocimientos Contenidos
CON08	Identificar las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil y recopilar, procesar e interpretar los principales aspectos jurídico-empresariales	Conocimientos Contenidos
CON09	Entender la normativa reguladora de las relaciones laborales y de la seguridad social, adquiriendo la capacidad de informar y gestionar en materia de empleo, contratación laboral y riesgos para la salud asociados a las tareas, adquiriendo capacidades y destrezas para la confección de nóminas, cotizaciones sociales y finiquitos	Conocimientos Contenidos

Código	Relación de los Resultados de Aprendizaje	**Tipología del RA básico al que se asocia (RD822/2021)**
CON10	Describir y relatar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como elaborar un plan de negocio	Conocimientos Contenidos
CON11	Identificar el tratamiento jurídico de los tipos más relevantes de los contratos mercantiles, así como los principios básicos de su redacción y ejecución a través de las distintas modalidades de cumplimiento y pago	Conocimientos Contenidos
CON12	Identificar los recursos informativos disponibles para la internacionalización	Conocimientos Contenidos
CON13	Presentar las herramientas y tecnologías para la gestión de la información utilizadas en la empresa	Conocimientos Contenidos
CON14	Definir el entorno del comercio electrónico, tecnologías y herramientas disponibles y utilizables por las empresas para desarrollar su actividad comercial	Conocimientos Contenidos
CON15	Definir los conceptos y fundamentos e identificar los elementos que soportan las relaciones de intercambios económicos y financieros relacionados con las decisiones de inversión y de financiación	Conocimientos Contenidos
CON16	Identificar las fuerzas y los procesos que determinan el funcionamiento de los mercados	Conocimientos Contenidos
CON17	Describir y ordenar la información cuantitativa y cualitativa referente a fenómenos y variables económicas para identificar la motivación y el sentido de las políticas públicas	Conocimientos Contenidos
CON 18	Reconocer las diferentes formas de tratar y comunicar la información contable para facilitar la toma de decisiones	Conocimientos Contenidos
HAB01	Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa	Habilidades Destrezas
HAB02	Desarrollar los conocimientos necesarios para formular y analizar la información financiera relacionada con las combinaciones de negocios	Habilidades Destrezas
HAB03	Interpretar el concepto de calidad y sus implicaciones en el desarrollo de las distintas tareas y funciones y su influencia en la reputación comercial de la organización, así como organizar y desarrollar sistemas de gestión y normas de calidad	Habilidades Destrezas
HAB04	Analizar e interpretar la normativa tributaria que afecta a las operaciones que realizan los distintos agentes económicos. Aplicar la normativa a estudios de caso e identificar sus consecuencias	Habilidades Destrezas
HAB05	Definir y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio, así como el diseño y análisis de encuestas mediante muestreo probabilístico para la realización de estudios de mercado	Habilidades Destrezas
HAB06	Identificar y operar con los sujetos colectivos en el campo de las relaciones laborales, así como con sus instituciones básicas: libertad sindical, negociación colectiva y derecho de huelga	Habilidades Destrezas

Código	Relación de los Resultados de Aprendizaje	**Tipología del RA básico al que se asocia (RD822/2021)**
HAB07	Utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés o alemán) con el objeto de aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales	Habilidades Destrezas
HAB08	Discriminar y analizar la información relevante, en particular la relacionada con los costes e ingresos con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones en la actividad económica	Habilidades Destrezas
HAB09	Diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de generar información útil para usuarios externos e internos	Habilidades Destrezas
HAB10	Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas y/o financieras mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar los resultados	Habilidades Destrezas
HAB11	Identificar y valorar los riesgos inherentes a las actividades económicas y financieras, en especial los vinculados con las transacciones	Habilidades Destrezas
HAB12	Seleccionar y aplicar las técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización	Habilidades Destrezas
HAB13	Emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional	Habilidades Destrezas
HAB14	Identificar, interpretar y aplicar la normativa de los principales impuestos que afectan a las operaciones comerciales	Habilidades Destrezas
HAB15	Asociar el objeto y condiciones de los programas públicos de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como aplicarlos en apoyo de la estrategia empresarial	Habilidades Destrezas
HAB16	Recopilar, interpretar y comunicar la información económica sobre temas relevantes en el marco del comercio	Habilidades Destrezas
HAB17	Elaborar un proyecto de integración de las TIC en la actividad comercial de una empresa	Habilidades Destrezas
HAB18	Elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior	Habilidades Destrezas
HAB19	Analizar y gestionar el conjunto de estrategias, aplicaciones, datos, productos, tecnologías y arquitecturas técnicas enfocados a la administración y creación de conocimiento en una organización o empresa	Habilidades Destrezas
HAB20	Desarrollar estrategias y utilizar las TICs (Tecnologías de Información y Comunicaciones) para localizar y acceder a la información relevante para la toma de decisiones, así como para generar, difundir y compartir el conocimiento	Habilidades Destrezas

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

En el Real Decreto 822/2021, del 28 de septiembre, por el que se regula la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, se especifica la obligación de las Universidades Españolas de garantizar una información transparente y accesible sobre los procedimientos de admisión, y de disponer de sistemas de orientación al estudiantado. Asimismo, asegurarán que dicha información y los procedimientos de admisión tengan en cuenta al estudiantado con discapacidad o con necesidades específicas, y dispondrán de servicios de apoyo y asesoramiento adecuados. Atendiendo a este requerimiento, la Universidad de Vigo ofrece información y orientación al alumnado de nuevo ingreso en su página Web dentro de los siguientes apartados: Estudios, Centros, Servicios, Biblioteca y Extensión cultural y estudiantes. Dispone además de un servicio dedicado, el SIE o Servicio de Información al Estudiantado.

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

1. Intervenciones informativas realizadas en los Centros de Secundaria, dirigidas a estudiantado de Bachillerato y de los Ciclos Formativos de Grado Superior. Se presenta información esencial que ha de ser conocida por estos antes de concluir tanto el Bachillerato como el Ciclo de Grado Superior, entre la que podemos mencionar:
    - Acceso a la Universidad: Pruebas y procedimiento.
    - Estudios Universitarios: Tipos y estructura.
    - Becas y ayudas al estudio: Principales instituciones convocantes.
2. Organización de jornadas con personal de orientación: Promovidas principalmente para facilitar el encuentro con los Departamentos de Orientación de los Centros de Secundaria y actualizar la información relacionada con la Universidad.
3. Organización y desarrollo de visitas guiadas y jornadas de puertas abiertas a los Campus de la Universidad de Vigo, con la finalidad de dar a conocer *in situ* las instalaciones que la Universidad de Vigo pone a disposición del alumnado.
4. Participación en las ferias educativas: Organizadas en ámbitos autonómico, nacional e internacional, están destinadas a dar a conocer al alumnado la oferta educativa y de servicios de la Universidad de Vigo.
5. Publicación de:
    - *Guía de Bienvenida para estudiantes:* disponible en la web de la Universidad. Pone a disposición del alumnado de nuevo ingreso la información orientativa que facilita el conocimiento de la institución. En ella se incluye: información general sobre el sistema universitario, estudios oficiales, calendario escolar, programas de movilidad, becas y ayudas al estudio, oferta académica, transporte a los Campus Universitarios, alojamiento,

servicios administrativos y académicos online (secretaría virtual, campus remoto, etc). También incluye un apartado específico para el alumnado de nuevo ingreso en el que se le orienta sobre su proceso de matriculación.

- *Guía para estudiantes entrantes:* con información práctica para el estudiantado extranjero que desee cursar estudios en la Universidad de Vigo en el marco de un programa de intercambio o de un convenio de cooperación internacional, o bien como estudiantes visitantes extranjeros, durante un cuatrimestre o un curso académico completo (https://www.uvigo.gal/es/estudiar/movilidad)
- Información sobre la igualdad en el seno de la comunidad universitaria, las políticas implementadas al respecto, y los programas de apoyo en este sentido (https://www.uvigo.gal/es/campus/igualdad).
- Otras publicaciones centradas en aspectos propios de la vida universitaria como el empleo, el deporte o las actividades de extensión cultural, enfocadas para que el futuro alumnado y el de nuevo ingreso se familiaricen con la experiencia universitaria.

Además de estas líneas generales, en la Facultad de Comercio se desarrollan líneas específicas de acción que apoyan la acogida y orientación del estudiantado de nuevo ingreso en su incorporación a la Universidad y la titulación, tales como:

1. Página web de la Facultad de Comercio (https://fcomercio.uvigo.es). Constituye el medio interactivo de orientación principal para el estudiantado actual y futuro. Proporciona información básica sobre los planes de estudios de las titulaciones que oferta el Centro, perfil de ingreso del alumnado, acceso a las guías docentes de todas las materias, horarios de clase, calendario de exámenes, servicios que ofrece el Centro (Secretaría, Biblioteca, Aula de Informática), relación de departamentos y profesorado responsable de las distintas materias, convenios de intercambio con universidades nacionales y extranjeras, convenios con empresas y entidades públicas para la realización de prácticas en empresa, actividades complementarias y cualquier información de interés.
2. Redes sociales de la Facultad de Comercio, principalmente Instagram y LinkedIn, a través de las cuales se dan a conocer novedades, ofertas de empleo, de prácticas en empresas, conferencias, cursillos y otros eventos que puedan ser de interés para la comunidad académica de la Facultad.
3. Listas de correo electrónico institucionales, a través de las cuales se difunden avisos y novedades relevantes para el alumnado de la Facultad de Comercio.

3.1. Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes

Como ratifica el RD 822/2021, el procedimiento de acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado será el establecido en el artículo 38 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de

Educación, y en el artículo 42 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, y en sus normas de desarrollo. Asimismo, se estará a lo dispuesto en el Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, por el que se establece la normativa básica de los procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado.

El acceso al título se atendrá a las disposiciones del Ministerio, de la Comunidad Autónoma de Galicia, y a lo que se disponga en el desarrollo normativo de la Universidad de Vigo. No existen criterios específicos de acceso a esta titulación, además de los establecidos por la legislación en vigor relativos a los estudios de grado, ni se realiza ninguna prueba especial de acceso.

En las páginas de la Universidad de Vigo se recogen de forma detallada los aspectos relevantes respecto a estos requisitos:

- https://www.uvigo.gal/estudar/acceder/acceso-graos
- https://www.uvigo.gal/ven-uvigo/futuro-alumnado-grao/acceso-admision

Es de tener en cuenta que en el ámbito universitario de Galicia la Comisión Interuniversitaria de Galicia (CiUG) se encarga de regular las pruebas de acceso a las enseñanzas universitarias y el proceso de admisión en las tres universidades del Sistema Universitario de Galicia (SUG). La Comisión Interuniversitaria de Galicia es un órgano interuniversitario, sin personalidad jurídica y estará compuesta por los/las delegados/as de los/las rectores/as de las universidades del sistema universitario de Galicia y por tres profesores o profesoras de educación secundaria nombrados por la Consejería de Cultura, Educación y Ordenación Universitaria. En la página web: https://www.ciug.gal/gal/home se puede encontrar la información actualizada sobre los procedimientos y los plazos para cada curso académico. No se establecerán pruebas adicionales para el acceso al título de Grado en Comercio, ateniéndose el acceso únicamente a lo establecido por la CIUG.

El Grado en Comercio está dirigido especialmente a estudiantado interesado en el ámbito del comercio y con voluntad de dominar conocimientos, técnicas y habilidades directivas necesarias para desempeñar su labor en las organizaciones. Dadas las características de la titulación, se considera un perfil de ingreso bastante amplio en lo referido a conocimientos, habilidades y capacidades de partida de un nivel de bachillerato o ciclo formativo de formación profesional. En concreto, las características personales (sensibilidades, aptitudes, capacidades específicas, etc.) y académicas deseables que se consideran recomendables para iniciar los estudios de Grado en Comercio son las siguientes:

- Curiosidad, imaginación, creatividad, innovación
- Motivación, iniciativa y capacidad emprendedora
- Capacidad de comunicación, percepción y atención
- Sentido de la organización y el método
- Atención al detalle y capacidad analítica
- Responsabilidad y sentido ético

- Capacidades básicas para la expresión oral y escrita y para la comprensión lectora
- Habilidades sociales básicas para el trabajo en equipo

Así mismo son recomendables, aunque no necesarios, los conocimientos generales de idioma inglés equivalentes al nivel A2 dentro del Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas.

3.2. Criterios para el reconocimiento y transferencias de créditos

Para establecer los criterios para el reconocimiento y transferencia de créditos en la presente Memoria se tiene en cuenta el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, regulando específicamente el reconocimiento y transferencias de créditos en el artículo 10.

Por su parte, la normativa general de la Universidad de Vigo sobre transferencia y reconocimiento de créditos se puede encontrar en el siguiente enlace:

https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/show/255

El Consejo de Gobierno de la Universidad de Vigo aprobó en su sesión de 10/10/2016 el "Reglamento de reconocimiento de créditos por realizar actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación", que se refiere a los reconocimientos por este tipo de actividades.

https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/show/310

Para estos efectos, el plan de estudios deberá recoger la posibilidad de que cada estudiante obtenga un reconocimiento de académico de créditos optativos por las actividades referidas por un máximo de 6 créditos del total del plan de estudios cursado. Con independencia del reconocimiento indicado en el párrafo anterior, el alumnado de la Universidad de Vigo podrá solicitar el reconocimiento académico de hasta un máximo de 6 créditos optativos por formación en idiomas, siempre que la citada formación se realice a lo largo de su permanencia en la universidad y esté impartida por el área de Normalización Lingüística, el Centro de Linguas de la Universidad de Vigo, por un centro de lenguas universitario acreditado por la Confederación Europea de Centros de Lenguas de Enseñanza superior, o por una escuela oficial de idiomas o centro oficial equivalente en otro país.

En concreto, en el Grado en Comercio se reconocerán hasta 6 créditos por realizar actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación y hasta 6 créditos por formación en idiomas.

El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios. No obstante, lo anterior, los

créditos procedentes de títulos propios podrán, excepcionalmente, ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al señalado en el párrafo anterior o, en su caso, ser objeto de reconocimientos en su totalidad, exceptuando el TFG, siempre que el correspondiente título propio haya sido extinguido y sustituido por un título oficial.

En el presente título se contempla además el procedimiento de reconocimientos para técnicos superiores de Formación Profesional, que será el establecido por la Dirección Xeral de Educación, Formación Profesional e Innovación Educativa de la Xunta de Galicia, en su catálogo vigente desde el curso 2015/2016. El catálogo actualizado puede consultarse en:

https://www.edu.xunta.es/fp/validacions-ciclos-superiores-fp-estudos-universitarios

3.3. Procedimientos para la organización de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida

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

La Universidad de Vigo publica en el siguiente enlace la información sobre los programas de movilidad de estudiantado, personal docente e investigador (PDI) y personal de administración y servicios (PAS).

https://www.uvigo.gal/es/estudiar/movilidad

MOVILIDAD EUROPEA

En relación con la movilidad de estudiantes con Europa se potencia la participación y la obtención de becas a través de los programas y acciones promovidas por la Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva de Educación, Audiovisual y Cultura, especialmente el programa Erasmus+, para lo cual se firman acuerdos bilaterales Erasmus plurianuales.

La Facultad de Comercio planifica y gestiona la movilidad internacional de estudiantes en el marco del actual programa Erasmus+ (anteriormente Sócrates-Erasmus) desde el curso 1989-90 (por entonces Escuela de Estudios Empresariales), cuando se recibió el primer estudiantado de intercambio. Hasta el curso 1993-94 se firmaron convenios con 3 Programas Interuniversitarios de Cooperación que aunaban 16 instituciones de Educación Superior de Francia, Reino Unido, Alemania, Grecia, Finlandia, Irlanda, Portugal, Países Bajos y España en el ámbito de los estudios empresariales. Durante los primeros años de existencia de la Universidad de Vigo, este centro gestionaba la movilidad de todo el estudiantado propios del campus de Vigo en el ámbito empresarial y económico, al ser el primer centro con estos estudios en incorporarse al programa Erasmus. En el año 1995 se crea una Subdirección de Relaciones Internacionales responsable de los convenios y la relación con los centros asociados, la información y selección del

estudiantado saliente, así como de los aspectos académicos de los intercambios tanto para el estudiantado propio como ajeno. En el curso 1999-2000, se aprueba en Junta de Centro el reconocimiento integral de los estudios realizados por el estudiantado propio en el marco de Erasmus a través de la valoración de créditos ECTS y la firma de los contratos académicos (*Learning Agreement*).

Como se refleja en la tabla siguiente, actualmente la Facultad de Comercio tiene vigentes convenios de intercambio Erasmus+ con 32 universidades de 12 países europeos, totalizando una oferta de 75 plazas de movilidad para el Grado en Comercio.

País	Universidad	Nº de plazas
Alemania	Fachhochschule Aachen	3
Alemania	Hochschule Stralsund, University of Applied Sciences	1
Alemania	Hochschule Bochum	4
Bélgica	Artesis - Plantijn Hogeschool Antwerpen	2
Bélgica	Hogeschool Gent	4
Bélgica	HELMo - Haute Ecole Libre Mosane	2
Croacia	Sveleučilište Vern	3
Francia	Université Catholique de l'Ouest	1
Francia	ESIAME-International School of Management [No longer existing]	2
Francia	Ecole Superieure du Commerce Exterieur	1
Francia	Université de Bretagne-Sud	2
Francia	Université de Lorraine	1
Italia	Università della Calabria	2
Lituania	Vilnius Tech	2
Macedonia del Norte	International Slavic University "Gavrilo Romanovich Derzhavin"	2
Polonia	Uniwersytet Gdanski	2
Polonia	Panstwowa Wyzsza Szkola Informatyki I Przedsiebiorczosci W Lomzy	2
Polonia	Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu	2
Polonia	Kolegium Jagiellońskie – Toruńska Szkoła Wyższa	6
Polonia	Uniwersytet Zielonogórski	2
Portugal	Universidade do Minho	2
Portugal	Instituto Politécnico de Setúbal	2
Portugal	Instituto Politécnico de Viana do Castelo	4

Portugal	Instituto Superior Politécnico de Viseu	2
República Checa	Univerzita Hradec Králové	2
Suecia	Karlstads universitet	1
Turquía	Dumlupinar Universitesi	2
Turquía	Nevşehir Üniversitesi	2
Francia	Université de Pau et des Pays de l'Adour	4
Polonia	Wyzsza Szkoła Handlowa w Radomiu	2
Suecia	Blekinge tekniska högskola	4
Italia	Università degli Studi di Enna 'Kore'	2

El centro también ha sido pionero en la universidad española con la firma en el año 2000 de un Convenio de Colaboración con la universidad alemana de Hochschule Bochum que permite la obtención de los títulos oficiales de la Universidad asociada. Este convenio ha sido renovado en 2013, y sigue vigente en la actualidad. En el momento en que se redacta esta memoria se está en proceso de renovarlo. En el año 2020 se firmó otro Convenio de Colaboración similar con la Université de Pau et des Pays de l´Adour (Francia). La información relativa a ambos convenios se publica en la web de la Facultad de Comercio: https://fcomercio.uvigo.es/estudios/dobles-titulaciones-internacionales/

Las Universidades gallegas participan también desde hace años en el programa europeo Jean Monnet que facilita el desarrollo en el mundo universitario de actividades académicas relacionadas con la integración europea, el estudio de la construcción de la Europa comunitaria, su desarrollo institucional, político, económico y social. Anualmente se promociona también la movilidad y recepción de docentes Jean Monnet expertos/as en políticas comunitarias, a través de los diferentes módulos aprobados y de los Centros de Excelencia Europeo Jean Monnet.

MOVILIDAD CON PAÍSES NO EUROPEOS:

Para la movilidad con otros países no europeos, a través de la ORI, se promueve y tramita la firma de convenios marco y específico con universidades de otros países, como instrumento para facilitar la movilidad tanto de estudiantes como de docentes. En el caso de Estados Unidos, la ORI participa activamente en el programa ISEP de intercambio de estudiantes. Si nos referimos a las relaciones y movilidad con Latinoamérica, Marruecos, Túnez, etc. se fomenta la participación en las acciones KA171 dentro del programa Erasmus+, y en las convocatorias anuales del Ministerio de Asuntos Exteriores y en concreto las acciones del Programa de Cooperación Interuniversitaria y becas MAEC-AECI. La Facultad de Comercio ha participado, entre otros, en intercambios con centros de Argentina, Brasil, Colombia, México, Cuba, Corea del Sur o Taiwan tanto de estudiantes y profesorado propios como extranjeros.

INTERCAMBIOS NACIONALES:

La movilidad de estudiantes en el ámbito nacional se lleva a cabo mediante la negociación y firma de convenios de colaboración directa con otras universidades, realizando las gestiones a través del Vicerrectorado correspondiente y fomentando la cooperación con aquellos centros vinculados a la formación. En el caso de la Facultad de Comercio existen actualmente convenios de cooperación con la Universidad Complutense de Madrid, la Universitat de Girona, la Universidad de Málaga, la Universidad de Oviedo y la Universidad de Valladolid, totalizando una oferta de 10 plazas (2 para cada universidad) para la realización de intercambio de estudiantes en el marco del programa S.I.C.U.E., que garantiza el reconocimiento académico de los créditos cursados por el estudiantado.

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1. Estructura básica de las enseñanzas

4.1.a) Resumen del plan de estudios

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

Además, cuenta con 22 asignaturas obligatorias de 6 créditos cada una, distribuidas entre segundo, tercero y parte de cuarto.

Las asignaturas optativas se concentran en el cuarto curso del Grado. La oferta total asciende a ocho asignaturas de 6 créditos cada una (48 créditos), de las que el alumno podrá elegir 6 asignaturas que totalizan 36 créditos de optatividad ofertada.

Tanto las Prácticas Externas como el Trabajo de Fin de Grado, son de 6 créditos con carácter obligatorio y se realizan en el 4º curso (octavo semestre).

Resumen de la distribución de créditos en la titulación

Créditos formación básica	**60**
Créditos Obligatorios	**132**
Créditos Optativos	**36**
Prácticas externas	**6**
Créditos trabajo fin de grado	**6**
Número Total de Créditos ECTS	**240**

Estructura de las menciones/especialidades (sólo en caso de que se incluyan)

No procede.

Asignaturas FORMACIÓN BÁSICA	Semestre	Ámbito de Conocimiento
Microeconomía	1	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo
Principios de Gestión Responsable	1	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo
Marketing	1	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo
Matemáticas	1	Matemáticas y estadística
Fundamentos de Contabilidad	2	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo
Economía Española y Mundial	2	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo
Matemáticas Comerciales	2	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo
Estadística	2	Matemáticas y estadística
Sociología del Consumo	2	Ciencias del comportamiento y psicología
Macroeconomía	3	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo

Resumen del plan de estudios (estructura semestral)

Curso 1

Semestre 1				Semestre 2			
Asignatura	ECTS	Tipo	Modalidad	Asignatura	ECTS	Tipo	Modalidad
Microeconomía	6	FB	Presencial	Fundamentos de Contabilidad	6	FB	Presencial
Principios de Gestión Responsable	6	FB		Economía Española y Mundial	6	FB	
Marketing	6	FB		Matemáticas Comerciales	6	FB	
Matemáticas	6	FB		Estadística	6	FB	
Informática Aplicada a la Gestión Comercial	6	OB		Sociología del Consumo	6	FB	
TOTAL	30			TOTAL	30		

Curso 2

Semestre 3				Semestre 4			
Asignatura	ECTS	Tipo	Modalidad	Asignatura	ECTS	Tipo	Modalidad
Contabilidad Financiera	6	OB	Presencial	Contabilidad de Costes	6	OB	Presencial
Derecho Mercantil	6	OB		Logística	6	OB	
Marketing Estratégico	6	OB		Macroeconomía	6	FB	
Decisiones de Inversión	6	OB		Muestreo Aplicado a la Investigación de Mercados	6	OB	
Idioma Comercial: Inglés o Alemán	6	OB		Fiscalidad Aplicada	6	OB	
TOTAL	30			TOTAL	30		

Curso 3

Semestre 5				Semestre 6			
Asignatura	ECTS	Tipo	Modalidad	Asignatura	ECTS	Tipo	Modalidad
Contabilidad de Gestion	6	OB	Presencial	Estrategia Empresarial y Gestión de Ayudas	6	OB	Presencial
Decisiones de Financiación	6	OB		Idioma para la Negociación Intercultural: Inglés o Alemán	6	OB	
Derecho del Trabajo	6	OB		Marketing Internacional	6	OB	
Investigación de Mercados	6	OB		Presentación e Interpretación de la Informacion Financiera	6	OB	
Gestión de Recursos de Información en la Empresa	6	OB		Tributación de las Operaciones Comerciales	6	OB	
TOTAL	30			TOTAL	30		

Curso 4

Semestre 7				Semestre 8			
Asignatura	ECTS	Tipo	Modalidad	Asignatura	ECTS	Tipo	Modalidad
Combinaciones de Negocios	6	OP	Presencial	Economía Internacional	6	OP	Presencial
Comercio Electrónico: Elementos Informáticos	6	OP		Idioma para la Comunicación Internacional: Inglés o Alemán	6	OP	
Habilidades Personales, Directivas y Comerciales	6	OP		Gestión del Comercio Exterior	6	OP	
Investigación Operativa en la Empresa	6	OP		Técnicas de Investigación Social	6	OP	
Creación de Empresas Comerciales	6	OB		Prácticas Externas	6	OB	
Sistemas de Información Integrados para la Gestión	6	OB		Trabajo Fin de Grado	6	OB	
TOTAL	36			TOTAL	36		

4.1.b) Plan de estudios detallado

A continuación, se describen en detalle todos los módulos y asignaturas del plan de estudios del Grado en Comercio, así como las fichas de las asignaturas con su respectivos nombres, contenidos, RA, actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación.

Módulo 1: CONTEXTO EMPRESARIAL

Este módulo se articula en dos ámbitos de conocimiento, por un lado, el entorno económico y en el otro el marco jurídico. En el aspecto económico, se contempla el conocimiento del contexto económico nacional e internacional en el que se desarrolla la actividad económica. La delimitación del marco jurídico contempla fundamentalmente las instituciones jurídico-mercantiles, la regulación de las relaciones del empresario con los trabajadores, así como las relaciones de éste con las Administraciones del Estado. Este módulo presenta dos ámbitos de conocimiento:

1. Las asignaturas del Entorno Económico, desarrollado a lo largo de todos los cursos de la titulación, destinado a ir suministrando los conocimientos necesarios para la delimitación del correspondiente entorno de la empresa.

- Economía Española y Mundial
- Economía Internacional
- Fiscalidad Aplicada

2. Las asignaturas del marco Jurídico, que suministra los conocimiento e instrumentos que en este campo deben poseer los graduados en Comercio:

- Derecho Mercantil
- Derecho del Trabajo
- Tributación de las Operaciones Comerciales

Módulo 1 – CONTEXTO EMPRESARIAL			
Asignatura	**Tipo**	**ECTS**	**SEMESTRE**
Economía Española y Mundial	FB	6	2º
Derecho Mercantil	OB	6	3º
Fiscalidad Aplicada	OB	6	4º
Derecho del Trabajo	OB	6	5º
Tributación de las Operaciones Comerciales	OB	6	6º
Economía Internacional	OP	6	8º

CODIGO RA	DEFINICION
COM01	Valorar las realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales para interpretar, con una visión global y multicultural, y con ello decidir las estrategias y operaciones empresariales
COM04	Sabe distinguir, tanto en los análisis teóricos como en los análisis empíricos, los efectos de las variables sexo y género y el valor de la igualdad
COM05	Usa el lenguaje de manera inclusiva y no sexista
COM06	Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas
COM09	Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo
COM10	Capacidad de trabajo en equipo y de asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo
CON01	Identificar e interpretar los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización
CON03	Interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida
CON08	Identificar las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil y recopilar, procesar e interpretar los principales aspectos jurídico-empresariales
CON09	Entender la normativa reguladora de las relaciones laborales y de la seguridad social, adquiriendo la capacidad de informar y gestionar en materia de empleo, contratación laboral y riesgos para la salud asociados a las tareas, adquiriendo capacidades y destrezas para la confección de nóminas, cotizaciones sociales y finiquitos
CON11	Identificar el tratamiento jurídico de los tipos más relevantes de los contratos mercantiles, así como los principios básicos de su redacción y ejecución a través de las distintas modalidades de cumplimiento y pago
CON13	Presentar las herramientas y tecnologías para la gestión de la información utilizadas en la empresa
CON16	Identificar las fuerzas y los procesos que determinan el funcionamiento de los mercados
HAB01	Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa
HAB04	Analizar e interpretar la normativa tributaria que afecta a las operaciones que realizan los distintos agentes económicos. Aplicar la normativa a estudios de caso e identificar sus consecuencias
HAB06	Identificar y operar con los sujetos colectivos en el campo de las relaciones laborales, así como con sus instituciones básicas: libertad sindical, negociación colectiva y derecho de huelga
HAB08	Discriminar y analizar la información relevante, en particular la relacionada con los costes e ingresos con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones en la actividad económica

CODIGO RA	DEFINICION
HAB13	Emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional
HAB14	Identificar, interpretar y aplicar la normativa de los principales impuestos que afectan a las operaciones comerciales
HAB16	Recopilar, interpretar y comunicar la información económica sobre temas relevantes en el marco del comercio

Módulo	CONTEXTO EMPRESARIAL
Materia/Asignatura	**ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL**
Tipología	FORMACION BASICA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	2º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON01 Identificar e interpretar los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización

CON03 Interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida

CON 16 Identificar las fuerzas y procesos que determinan el funcionamiento de los mercados

COM04 Sabe distinguir, tanto en los análisis teóricos como en los análisis empíricos, los efectos de las variables sexo y género y el valor de la igualdad

Contenidos (Breve descripción)

Evolución de la economía española en el contexto europeo y mundial; Factores de crecimiento económico; Mercado de trabajo; Sector público y distribución de la renta; Comercio exterior e internacionalización; Globalización económica

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01Presencial: Clases de aula	52	26
AF 02 Presencial: Clases prácticas	44	22
AF 03 No Presencial: Resolución de problemas, lecturas y ejercicos	34	0
AF 04 Presencial: Resolución problemas	20	2

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas

☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☒	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	15	30
Resolución de problemas y/o ejercicios	15	30
Examne de preguntas de desarrollo	15	20
Observación sistemática	0	20

Módulo	CONTEXTO EMPRESARIAL
Materia/Asignatura	**DERECHO MERCANTIL**
Tipología	OBLIGATORIO
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	3º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

HAB01 Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa

CON08 Identificar las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil y RECOPILAR, PROCESAR E INTERPRETAR los principales aspectos jurídico-empresariales

CON11 Identificar el tratamiento jurídico de los tipos más relevantes de los contratos mercantiles, así como los principios básicos de su redacción y ejecución a través de las distintas modalidades de cumplimiento y pago

COM06 Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas

COM10 Capacidad de trabajo en equipo y de asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo

COM09 Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo

Contenidos (Breve descripción)

Derecho Mercantil es una materia que se imparte en el primer cuatrimestre del segundo curso del Grado en Comercio. En ella se examinan, desde una perspectiva jurídica, la figura del empresario en el mercado; su estatuto jurídico, formas de organización jurídica y las normas que rigen su actuación en el mercado. Estos conocimientos permitirán al alumnado apreciar que el mercado es un espacio reglamentado por normas jurídicas, donde actúan sujetos que tienen derechos y asumen obligaciones exigibles ante los tribunales.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01 Presencial: Clases de aula	50	26
AF 02 Presencial: Clases prácticas	44	22
AF 03 No presencial: Resolución de problemas, lecturas, foro de discusión y ejercicios	34	0
AF 04 Presencial: Resolución problemas, trabajo colaborativo	20	2
AF 05 Presencial: Presentación	2	2

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☒	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☒	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☒	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	30%	50%
Resolución de problemas y/o ejercicios	10%	30%
Trabajo	10%	40%

Módulo	CONTEXTO EMPRESARIAL
Materia/Asignatura	**FISCALIDAD APLICADA**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	4º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON01	Interpretar las teorías que analizan la intervención del Estado en materia económica y sus instrumentos: ingreso público, gasto público y política de regulación
CON13	Presentar las herramientas y tecnologías para la gestión de la información utilizadas en la empresa
HAB04	Analizar e interpretar la normativa tributaria que afecta a las operaciones que realizan los distintos agentes económicos. Aplicar la normativa a estudios de caso e identificar sus consecuencias.
HAB08	Discriminar y analizar la información relevante, en particular la relacionada con los costes e ingresos con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones en la actividad económica
COM06	Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
COM10	Capacidad de trabajo en equipo y de asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.

Contenidos (Breve descripción)

Fiscalidad personal y empresarial. Análisis de la normativa tributaria que desarrolla el proceso de liquidación de los impuestos que se aplican sobre la actividad económica: interpretación, consecuencias prácticas y elementos de planificación fiscal básica en IRPF e IS.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01 Presencial: Clases de Aula	56	29
AF 02 Presencial y No Presencial: Prácticas, estudio de casos, trabajo colaborativo	28	14
AF 03 Presencial y No Presencial: Prácticas con apoyo de Tics	8	4
AF 04 No Presencial: resolución de casos y cuestionarios test	24	0
AF 05 Presencial: resolución de problemas: casos completos	34	5

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☒	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	30
Estudio de casos	0	70

Módulo	CONTEXTO EMPRESARIAL
Materia/Asignatura	**DERECHO DEL TRABAJO**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	5º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

COM05 Usa el lenguaje de manera inclusiva y no sexista

COM09 Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo

COM10 Capacidad de trabajo en equipo y de asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo

CON09 Entender la normativa reguladora de las relaciones laborales y de la seguridad social, adquiriendo la capacidad de informar y gestionar en materia de empleo, contratación laboral y riesgos para la salud asociados a las tareas, adquiriendo capacidades y destrezas para la confección de nóminas, cotizaciones sociales y finiquitos

HAB06 Identificar y operar con los sujetos colectivos en el campo de las relaciones laborales, así como con sus instituciones básicas: libertad sindical, negociación colectiva y derecho de huelga

Contenidos (Breve descripción)

Parte I: Introducción y fuentes del Derecho del Trabajo. Parte II: La relación individual de trabajo. Parte III: Derecho colectivo del trabajo.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01Presencial: Clases de aula	27	27
AF 02 Presencial: Clases prácticas	22	22
AF 03 No Presencial: Resolución de problemas, lecturas, foro de discusión y ejercicios	100	0
AF 04 Presencial: Resolución problemas, trabajo colaborativo	1	3

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☒	Estudio previo
☒	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☒	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☒	Debate	☒	Foros de discusión
☒	Seminario	☒	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación

☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	5%	100%
Examne de preguntas de desarrollo	5%	100%
Resolución de problemas y/o ejercicios	1%	40%

Módulo: Contexto empresarial	CONTEXTO EMPRESARIAL
Materia/Asignatura:	**TRIBUTACIÓN DE LAS OPERACIONES COMERCIALES**
Tipología: Obligatorio	OBLIGATORIO
Número de créditos ECTS: 6	6
Modalidad: Presencial	PRESENCIAL
Semestre	6º
Lenguas en que se imparte: Castellano	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

COM01 Valorar las realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales para interpretar, con una visión global y multicultural, y con ello decidir las estrategias y operaciones empresariales

COM09 Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo

CON08 Identificar las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil y recopilar, procesar e interpretar los principales aspectos jurídico-empresariales

HAB01 Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa

HAB14 Identificar, interpretar y aplicar la normativa de los principales impuestos que afectan a las operaciones comerciales

Contenidos (Breve descripción)

I.- Fuentes del Derecho Tributario. II.- La aplicación de las normas tributarias en el espacio. III.- Sujetos pasivos y tributación. IV.- Los intermediarios en las operaciones comerciales. V.- Tributación del beneficio obtenido por operaciones comerciales. La tributación de los comerciantes personas físicas: rentas de actividades económicas. Otras posibles calificaciones. Las reglas de determinación del beneficio obtenido en operaciones comerciales por personas jurídicas. Las rentas obtenidas por no residentes. VI.- Tributación de las operaciones comerciales. IVA: operaciones interiores. Comercio internacional: importaciones y exportaciones en el IVA. Arancel aduanero a las importaciones. Impuestos especiales.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01Presencial: Clases de aula	40	28
AF 02 Presencial: Clases prácticas	40	24
AF 03 No Presencial: Lecturas, resolución de problemas, ejercicios y foro de discusión	70	0

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum

☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☒	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☒	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☒	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examne de preguntas de desarrollo	60%	100%
Resolución de problemas y/o ejercicios	0%	20%
Observación sistemática	0%	20%

Módulo	CONTEXTO EMPRESARIAL
Materia/Asignatura	**ECONOMÍA INTERNACIONAL**
Tipología	OPTATIVA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	8º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

COM05 Usa el lenguaje de manera inclusiva y no sexista

COM06 Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas

COM09 Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo

COM10 Capacidad de trabajo en equipo y de asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo

CON01 Identificar e interpretar los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización

HAB13 Emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional

HAB16 Recopilar, interpretar y comunicar la información económica sobre temas relevantes en el marco del comercio

Contenidos (Breve descripción)

Variables económicas para el análisis de la economía internacional. Los procesos de integración económica. Los tipos de cambio y el comercio internacional. Sistemas cambiarios y uniones monetarias. Uniones monetarias a lo largo de la Historia La Unión monetaria europea. Organismos económicos internacionales.

Observaciones

Actividades Formativas		
Actividad formativa	**Horas**	**Presencialidad**
AF 01Presencial: Clases de aula	65	25
AF 02 Presencial: Clases prácticas	55	17
AF 03 Presencial: trabajo colaborativo	25	5
AF 04 Presencial: Resolución problemas (examen)	5	5

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)			
☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☒	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☒	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación		
Sistema de evaluación	**Ponderación mínima**	**Ponderación máxima**
Examen de preguntas objetivas	0%	60%
Trabajo	0%	20%
Resolución de problemas y/o ejercicios	0%	20%

Módulo 2: ANÁLISIS Y FORMALIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL

Este módulo se organiza en torno a dos campos (Métodos Cuantitativos y Análisis Económico) con los que el estudiante deberá adquirir los instrumentos matemáticos y los desarrollos teóricos que les permitan conocer los procesos que determinan el funcionamiento de los mercados y las interrelaciones entre los distintos agentes económicos:

1. Las asignaturas del campo "Métodos Cuantitativos" proporcionan al estudiante el lenguaje y las técnicas matemáticas y estadísticas necesarias para poder plantear, analizar y sistematizar de forma rigurosa problemas económicos, en general, y los propios del ámbito empresarial en particular.
    - Matemáticas (1º curso)

- Estadística (1º curso)
- Muestreo Aplicado a la Investigación de Mercado (2º curso)
- Investigación Operativa en la Empresa (4º curso)

2. Las asignaturas del campo "Análisis Económico" permiten al alumno conocer el comportamiento de los agentes económicos que configuran una economía, explicar los aspectos intertemporales de sus decisiones, y entender y examinar el papel del gobierno y las políticas económicas.
    - Microeconomía (1º curso)
    - Macroeconomía (2º curso)

Módulo 2 – ANÁLISIS Y FORMALIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL			
Asignatura	**Tipo**	**ECTS**	**SEMESTRE**
Microeconomía	FB	6	1º
Matemáticas	FB	6	1º
Estadística	FB	6	2º
Macroeconomía	FB	6	4º
Muestreo Aplicado a la Investigación de Mercados	OB	6	4º
Investigación Operativa en la Empresa	OP	6	7º

CODIGO RA	DEFINICION
CON02	Interpretar las teorías que analizan la intervención del Estado en materia económica y sus instrumentos: ingreso público, gasto público y política de regulación
CON16	Identificar las fuerzas y los procesos que determinan el funcionamiento de los mercados
CON17	Describir y ordenar la información cuantitativa y cualitativa referente a fenómenos y variables económicas para identificar la motivación y el sentido de las políticas públicas
HAB01	Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa
HAB05	Definir y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio, así como el diseño y análisis de encuestas mediante muestreo probabilístico para la realización de estudios de mercado
HAB08	Discriminar y analizar la información relevante, en particular la relacionada con los costes e ingresos con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones en la actividad económica
HAB10	Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas y/o financieras mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar los resultados
HAB16	Recopilar, interpretar y comunicar la información económica sobre temas relevantes en el marco del comercio
HAB17	Elaborar un proyecto de integración de las TIC en la actividad comercial de una empresa

Módulo	ANÁLISIS Y FORMALIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL
Materia/Asignatura	**MATEMÁTICAS**
Tipología	FORMACIÓN BÁSICA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	1º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

HAB10 Identificar y resolver los problemas modelizados aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar los resultados

Contenidos (Breve descripción)

Matrices: cálculo matricial, sistemas de ecuaciones, formas cuadráticas.

Funciones de una variable: continuidad, derivadas, crecimiento, cálculo de primitivas, áreas.

Funciones de varias variables I: derivadas parciales, diferenciabilidad, regla de la cadena, derivadas de orden superior, derivación implícita, convexidad.

Funciones de varias variables II: optimización sin restricciones, optimización con restricciones de igualdad, condiciones necesarias y suficientes

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 PRESENCIAL: CLASES DE AULA	48	26
AF #02 PRESENCIAL: CLASES PRÁCTICAS de RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y EJERCICIOS	22	22
AF #03 PRESENCIAL: RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE FORMA AUTÓNOMA	28	4

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☒	Lección Magistral	☐	Prácticas externas
☐	Eventos científicos	☐	Prácticum
☒	Resolución de problemas	☐	Prácticas clínicas
☐	Presentación	☐	Estudio previo
☐	Estudio de casos	☒	Trabajo tutelado
☐	Debate	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☒	Seminario	☐	Foros de discusión
☐	Taller	☐	Aprendizaje colaborativo
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Portafolio/Dossier
☐	Salidas de estudio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Prácticas de campo	☐	Metodologías basadas en la investigación

Sistemas de Evaluación		
Sistema de evaluación	**Ponderación mínima**	**Ponderación máxima**
Examen de preguntas objetivas	0%	40%
Examne de preguntas de desarrollo	35%	75%
Resolución de problemas y/o ejercicios	15%	45%
Observación sistemática	0%	15%

Módulo	ANÁLISIS Y FORMALIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL
Materia/Asignatura	**MICROECONOMÍA**
Tipología	FORMACIÓN BÁSICA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	1º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON02 Interpretar las teorías que analizan la intervención del Estado en materia económica y sus instrumentos: ingreso público, gasto público y política de regulación
CON16 Identificar las fuerzas y los procesos que determinan el funcionamiento de los mercados
CON17 Describir y ordenar la información cuantitativa y cualitativa referente a fenómenos y variables económicas para identificar la motivación y el sentido de las políticas públicas.
HAB08 Discriminar y analizar la información relevante, en particular la relacionada con los costes e ingresos con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones en la actividad económica
HAB10 Identificar y resolver los problemas modelizados aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar los resultados

Contenidos (Breve descripción)

Principios básicos de economía. ¿Cómo funcionan los mercados?: Oferta y demanda. Elasticidad. Análisis de bienestar y eficiencia. Control de precios, de cuotas e impuestos. Fallos de mercado. Teoría de la empresa: la oferta de la empresa competitiva. Mercados de competencia imperfecta: el monopolio

Observaciones

Actividades Formativas		
Actividad formativa	**Horas**	**Presencialidad**
AF #01 PRESENCIAL: CLASES DE AULA	48	26
AF #02 PRESENCIAL: CLASES PRÁCTICAS de RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y EJERCICIOS	44	22
AF #03 PRESENCIAL: RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE FORMA AUTÓNOMA	6	4

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado

☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	40%
Examne de preguntas de desarrollo	30%	70%
Resolución de problemas y/o ejercicios	30%	70%

Módulo	ANÁLISIS Y FORMALIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL
Materia/Asignatura	**ESTADÍSTICA**
Tipología	FORMACIÓN BÁSICA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	2º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

HAB01 Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa

HAB10 Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas y/o financieras mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar los resultados

Contenidos (Breve descripción)

Estadística Descriptiva. Números Índices. Regresión.Series temporales. Probabilidad. Variables Aleatorias. Distribuciones Discretas y Continuas.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01 Presencial: Clases de aula	58	26
AF 02 Presencial: Clases Prácticas	48	22
AF 03 No Presencial: Resolución de problemas, lecturas, foro de discusión y ejercicios	34	0
AF 04 Presencial: Resolución problemas, trabajo colaborativo	10	4

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)			
☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☒	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Prácticas de laboratorio	30%	70%
Examne de preguntas de desarrollo	30%	70%
Trabajo	0%	10%
Observación sistemática	0%	10%

Módulo	ANÁLISIS Y FORMALIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL
Materia/Asignatura	**MACROECONOMÍA**
Tipología	FORMACIÓN BÁSICA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	4º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON02 Interpretar las teorías que analizan la intervención del Estado en materia económica y sus instrumentos: ingreso público, gasto público y política de regulación
CON16 Identificar las fuerzas y los procesos que determinan el funcionamiento de los mercados
CON17 Describir y ordenar la información cuantitativa y cualitativa referente a fenómenos y variables económicas para identificar la motivación y el sentido de las políticas públicas.
HAB10 Identificar y resolver los problemas modelizados aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar los resultados

Contenidos (Breve descripción)

Variables claves de la macroeconomía: PIB, IPC, tasa de paro. Análisis de la economía del largo plazo y teorías básicas del crecimiento económico. Economía a corto plazo: Equilibrio en el mercado de bienes y servicios. El mercado de dinero. El mercado de trabajo. Economías abiertas: el mercado de divisas.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 PRESENCIAL: CLASES DE AULA	48	26
AF #02 PRESENCIAL: CLASES PRÁCTICAS de RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y EJERCICIOS	44	22
AF #03 PRESENCIAL: RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE FORMA AUTÓNOMA	6	4

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	40%
Examne de preguntas de desarrollo	30%	70%
Resolución de problemas y/o ejercicios	30%	70%

Módulo	ANÁLISIS Y FORMALIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL
Materia/Asignatura	**MUESTREO APLICADO A LA INVESTIGACION DE MERCADOS**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	4º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

HAB05 Definir y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio, así como el diseño y análisis de encuestas mediante muestreo probabilístico para la realización de estudios de mercado

HAB10 Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas y/o financieras mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar los resultados

Contenidos (Breve descripción)

Inferencia Estadística. Muestreo de poblaciones finitas. Diseño de Encuestas. Análisis de datos de encuestas.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01 Presencial: Clases de aula	58	26
AF 02 Presencial: Clases Prácticas	48	22
AF 03 No Presencial: Resolución de problemas, lecturas, foro de discusión y ejercicios	34	0
AF 04 Presencial: Resolución problemas, trabajo colaborativo	10	4

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☒	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Resolución de problemas y/o ejercicios	20%	40%
Examen de preguntas objetivas	20%	40%
Trabajo	0%	30%
Observación sistemática	0%	10%

Módulo	ANÁLISIS Y FORMALIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL
Materia/Asignatura	**INVESTIGACION OPERATIVA EN LA EMPRESA COMERCIAL**
Tipología	OPTATIVA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	7º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

HAB05 Definir y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio, así como el diseño y análisis de encuestas mediante muestreo probabilístico para la realización de estudios de mercado

HAB10 Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas y/o financieras mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar los resultados

Contenidos (Breve descripción)

Introducción a las técnicas de investigación operativas. Programación y optimización. Modelos de distribución y asignación. Modelos de planificación de actividades: teoría de grafos. Modelos de negociación: Teoría de juegos. Otros modelos de investigación operativa.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	**Horas**	**Presencialidad**
AF 01 Presencial: Clases de aula	58	26
AF 02 Presencial: Clases Prácticas	48	22
AF 03 No Presencial: Resolución de problemas, lecturas, foro de discusión y ejercicios	34	0
AF 04 Presencial: Resolución problemas, trabajo colaborativo	10	4

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Resolución de problemas y/o ejercicios	40%	100%
Prácticas de laboratorio	0%	40%
Observación sistemática	0%	20%

Módulo 3: GESTIÓN DEL COMERCIO

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

El módulo se ha estructurado bajo dos campos de conocimiento: fundamentos de gestión y marketing y comunicación.

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

- Principios de Gestión Responsable
- Matemáticas Comerciales
- Decisiones de Inversión
- Decisiones de Financiación
- Estrategia Empresarial y Gestión de Ayudas
- Sistemas de Información Integrados para la Gestión

En el segundo se profundiza en el ciclo de explotación que da como resultado la venta de bienes o prestación del servicio. Como rasgos diferenciales del módulo, y en respuesta a las exigencias de los nuevos entornos económicos, se incorporan asignaturas que desarrollan competencias de comercio exterior, junta a las necesarias habilidades para la comunicación en idiomas para los negocios internacionales, así como de nuevas tecnologías aplicadas al comercio.

- Marketing
- Sociología del Consumo
- Informática Aplicada a la Gestión Comercial
- Idioma Comercial: Inglés o Alemán
- Marketing Estratégico
- Logística
- Gestión de Recursos de Información en la Empresa
- Investigación de Mercados
- Idioma para la Negociación Intercultural: Inglés o Alemán

- Marketing Internacional
- Creación de Empresas Comerciales
- Comercio Electrónico: Elementos informáticos
- Habilidades Personales, Directivas y Comerciales
- Gestión del Comercio Exterior
- Idioma para la Comunicación Internacional: Inglés o Alemán
- Técnicas de Investigación Social

En conclusión, el Módulo de Gestión Comercial establece la base y la especificidad de este título frente a otras ofertas de formación universitaria.

Módulo 3 – GESTION DEL COMERCIO			
Asignatura	**Tipo**	**ECTS**	**SEMESTRE**
Marketing	FB	6	1º
Principios de Gestión Responsable	FB	6	1º
Informática Aplicada a la Gestión Comercial	OB	6	1º
Matemáticas Comerciales	FB	6	2º
Sociología del Consumo	FB	6	2º
Decisiones de Inversión	OB	6	3º
Idioma Comercial: Inglés o Alemán	OB	6	3º
Marketing Estratégico	OB	6	3º
Logística	OB	6	4º
Decisiones de Financiación	OB	6	5º
Gestión de Recursos de Información en la Empresa	OB	6	5º
Investigación de Mercados	OB	6	5º
Estrategia Empresarial y Gestión de Ayudas	OB	6	6º
Idioma para la Negociación Intercultural: Inglés o Alemán	OB	6	6º
Marketing Internacional	OB	6	6º
Creación de Empresas Comerciales	OB	6	7º
Sistemas de Información Integrados para la Gestión	OB	6	7º
Comercio Electrónico: Elementos informáticos	OP	6	7º
Habilidades Personales, Directivas y Comerciales	OP	6	7º
Gestión del Comercio Exterior	OP	6	8º
Idioma para la Comunicación Internacional: Inglés o Alemán	OP	6	8º
Técnicas de Investigación Social	OP	6	8º

CODIGO RA	DEFINICION
COM01	Valorar las realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales para interpretar, con una visión global y multicultural, y con ello decidir las estrategias y operaciones empresariales
COM02	Asumir responsabilidades e involucrarse en las tareas laborales con un comportamiento ético para el trabajo en equipo
COM03	Identifica las contribuciones de los estudios de género en los temas relevantes del comercio

CODIGO RA	DEFINICION
COM04	Sabe distinguir, tanto en los análisis teóricos como en los análisis empíricos, los efectos de las variables sexo y género y el valor de la igualdad
COM05	Usa el lenguaje de manera inclusiva y no sexista
COM06	Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas
COM07	Capacidad de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés o alemán).
COM09	Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo
COM10	Capacidad de trabajo en equipo y de asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo
CON01	Identificar e interpretar los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización
CON03	Interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida
CON04	Definir 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
CON05	Identificar los objetivos, alcance y valor de la función de aprovisionamiento y distribución comercial, sus interrelaciones con el resto de subsistemas y su papel como intermediaria de la actividad comercial, con el fin de diseñar estrategias para la provisión y comercialización de bienes y servicios, tanto a traves de establecimientos como mediante TIC
CON06	Interpretar la interrelación entre el marketing y la dirección estratégicos 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
CON07	Identificar y describir los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional
CON08	Identificar las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil y RECOPILAR, PROCESAR E INTERPRETAR los principales aspectos jurídico-empresariales
CON10	Describir y relatar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como elaborar un plan de negocio
CON12	Identificar los recursos informativos disponibles para la internacionalización
CON13	Presentar las herramientas y tecnologías para la gestión de la información utilizadas en la empresa
CON14	Definir el entorno del comercio electrónico, tecnologías y herramientas disponibles y utilizables por las empresas para desarrollar su actividad comercial

CODIGO RA	DEFINICION
CON15	Definir los conceptos y fundamentos e identificar los elementos que soportan las relaciones de intercambios económicos y financieros relacionados con las decisiones de inversión y de financiación
HAB01	Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa
HAB03	Interpretar el concepto de calidad y sus implicaciones en el desarrollo de las distintas tareas y funciones y su influencia en la reputación comercial de la organización, así como organizar y desarrollar sistemas de gestión y normas de calidad
HAB07	Utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés o alemán) con el objeto de aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales
HAB08	Discriminar y analizar la información relevante, en particular la relacionada con los costes e ingresos con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones en la actividad económica
HAB09	Diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de generar información útil para usuarios externos e internos
HAB10	Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas y/o financieras mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar los resultados
HAB11	Identificar y valorar los riesgos inherentes a las actividades económicas y financieras, en especial los vinculados con las transacciones
HAB12	Seleccionar y aplicar las técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización
HAB13	Emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional
HAB15	Asociar el objeto y condiciones de los programas públicos de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como aplicarlos en apoyo de la estrategia empresarial
HAB16	Recopilar, interpretar y comunicar la información económica sobre temas relevantes en el marco del comercio
HAB17	Elaborar un proyecto de integración de las TIC en la actividad comercial de una empresa
HAB18	Elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior
HAB19	Analizar y gestionar el conjunto de estrategias, aplicaciones, datos, productos, tecnologías y arquitecturas técnicas enfocados a la administración y creación de conocimiento en una organización o empresa
HAB20	Desarrollar estrategias y utilizar las TICs para localizar y acceder a la información relevante para la toma de decisiones, así como para generar, difundir y compartir el conocimiento.

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**MARKETING**
Tipología	FORMACIÓN BÁSICA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	1º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON03 Interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida

CON05 Identificar los objetivos, alcance y valor de la función de aprovisionamiento y distribución comercial, sus interrelaciones con el resto de subsistemas y su papel como intermediaria de la actividad comercial, con el fin de diseñar estrategias para la provisión y comercialización de bienes y servicios, tanto a través de establecimientos como mediante TIC

CON06 Interpretar la interrelación entre el marketing y la dirección estratégicos 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

CON07 Identificar y describir los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional

Contenidos (Breve descripción)

El objetivo de la asignatura es aproximar a los alumnos a los conceptos básicos de la mercadotecnia. Esta aproximación les ayudará a comprender el funcionamiento comercial de la empresa, el mercado y los clientes. Para ello, la materia le proporciona los conocimientos y herramientas necesarias para diseñar un programa de marketing y tomar decisiones estratégicas y operativas en el área comercial.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01Presencial: Clases de aula	50	26
AF 02 Presencial: Clases prácticas	44	22
AF 03 No Presencial: Resolución de problemas, lecturas, foro de discusión y ejercicios	34	0
AF 04 Presencial: Resolución problemas, estudios de caso	20	2
AF 05 Presencial: Presentaciones en grupo	2	2

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☒	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☒	Estudio de casos	☐	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión

☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	30%	70%
Resolución de problemas y/o ejercicios	20%	30%
Estudio de casos	20%	30%
Presentaciones	5%	5%

Módulo 3.	GESTIÓN DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**PRINCIPIOS DE GESTIÓN RESPONSABLE**
Tipología	FORMACIÓN BÁSCA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	1º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON04 Definir 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.

CON10 Describir y relatar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como elaborar un plan de negocio.

CON13 Presentar las herramientas y tecnologías para la gestión de la información utilizadas en la empresa.

HAB01 Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa.

HAB03 Interpretar el concepto de calidad y sus implicaciones en el desarrollo de las distintas tareas y funciones y su influencia en la reputación comercial de la organización, así como organizar y desarrollar sistemas de gestión y normas de calidad.

Contenidos (Breve descripción)

Introducción a la gestión de empresas: La empresa y el sistema económico: objetivos de la empresa y sus funciones en el sistema económico. Sostenibilidad: Marco legal y comportamiento responsable. Gestión de la calidad.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 Presencial. Clases de aula.	50	26
AF #02 Presencial. Clases prácticas	44	22

AF #03 No presencial. Resolución de problemas, lecturas y ejercicios	34	0
AF #04 Presencial. Resolución de problemas, estudio de casos	22	4

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☒	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación *

Sistema de evaluación	**Ponderación mínima**	**Ponderación máxima**
Examen de preguntas objetivas	20%	50%
Examne de preguntas de desarrollo	30%	50%
Resolución de problemas y/o ejercicios	0%	30%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	1º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON13 Presentar las herramientas y tecnologías para la gestión de la información utilizadas en la empresa

HAB19 Analizar y gestionar el conjunto de estrategias, aplicaciones, datos, productos, tecnologías y arquitecturas técnicas enfocados a la administración y creación de conocimiento en una organización o empresa

COM10 Capacidad de trabajo en equipo y de asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo

Contenidos (Breve descripción)

Estructura funcional del computador. Internet, entornos y aplicaciones para la empresa. Seguridad de la información, firma electrónica. Legislación sobre información aplicable la empresa

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01 Presencial: Clases de aula	55	25
AF 02 Presencial: Clases prácticas	45	21
AF 03 No Presencial: Resolución de problemas, lecturas y ejercicios	30	0
AF 04 Presencial: Resolución problemas	10	3
AF 05 Presencial: Presentaciones	10	3

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☒	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☒	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	60%
Resolución de problemas y/o ejercicios	20%	80%
Presentaciones	20%	80%
Observación sistemática	0%	10%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**MATEMÁTICAS COMERCIALES**
Tipología	FORMACIÓN BÁSICA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	2º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON 15 Definir los conceptos y fundamentos e identificar los elementos que soportan las relaciones de intercambios económicos y financieros relacionados con las decisiones de inversión y de financiación

HAB 8 Discriminar y analizar la información relevante, en particular la relacionada con los costes e ingresos con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones en la actividad económica

HAB 10 Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas y/o financieras mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar los resultados

COM 6 Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas

COM 9 Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo

Contenidos (Breve descripción)

Fundamentos básicos para la valoración financiera. Modelos clásicos de valoración. Valoración de rentas financieras ciertas. Formación y amortización de capitales. Indicadores de costes y rendimientos en las operaciones financieras

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 Presencial: Clases de aula	52	28
AF #02 Presencial: Clases prácticas: resolución de problemas/ejercicios en aula ordinaria.	86	20
AF #03 Presencial: Clases tuteladas: resolución de problemas/ejercicios utilizando TIC.	12	4

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	50%
Examne de preguntas de desarrollo	0%	50%

Resolución de problemas y/o ejercicios	30%	80%
Observación sistemática	0%	20%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO**
Tipología	FORMACIÓN BÁSICA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	2º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON01 Identificar e interpretar los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización

CON03 Reconocer y analizar la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el consumo, la sociedad de consumo y los estilos de vida.

COM01 Valorar las realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales para interpretar, con una visión global y multicultural, y con ello decidir las estrategias y operaciones empresariales

COM03 Identifica las contribuciones de los estudios de género en los temas relevantes del comercio

COM10 Capacidad de trabajo en equipo y de asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo

Contenidos (Breve descripción)

La sociedad del consumo: emergencia y consolidación.

Configuración social del mercado y prácticas de consumo.

La influencia de la estratificación social en los mecanismos de distribución y consumo. Género y consumo.

Consumo y estilos de vida: identidades sociales, estilos de vida y prácticas de consumo.

Globalización y consumo. Los efectos sociales y culturales de las prácticas de consumo. Nuevos desafíos ante la emergencia climática.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 Presencial: Clases de aula	83	27
AF #02 Presencial: Clases prácticas	40	13
AF 04 Presencial: Resolución problemas, trabajo colaborativo	25	10
AF 05 Presencial: Presentación	2	2

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado

☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☒	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☒	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☒	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	50%
Trabajo	30%	40%
Estudio de casos	10%	20%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**DECISIONES DE INVERSIÓN**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	3º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON 15 Definir los conceptos y fundamentos e identificar los elementos que soportan las relaciones de intercambios económicos y financieros relacionados con las decisiones de inversión y de financiación

HAB 1 Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa

HAB 8 Discriminar y analizar la información relevante, en particular la relacionada con los costes e ingresos con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones en la actividad económica

HAB 10 Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas y/o financieras mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar los resultados

HAB 11 Identificar y valorar los riesgos inherentes a las actividades económicas y financieras, en especial los vinculados con las transacciones

COM 6 Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas

COM 9 Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo

Contenidos (Breve descripción)

Fundamentos básicos. Análisis de la inversión empresarial y de los ciclos económicos. Clasificación de inversiones. La toma de decisiones en los procesos de inversión con certidumbre: elementos y los métodos para la valoración y selección de inversiones. El riesgo en las decisiones de inversión. Procesos de inversión secuenciales. Opciones reales.

Observaciones

Actividades Formativas		
Actividad formativa	**Horas**	**Presencialidad**
AF #01 Presencial: Clases de aula	50	28
AF #02 Presencial: Clases prácticas: resolución de problemas/ejercicios en aula ordinaria.	84	20
AF #03 Presencial: Clases tuteladas: resolución de problemas/ejercicios utilizando TIC.	16	4

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *			
☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación *		
Sistema de evaluación	**Ponderación mínima**	**Ponderación máxima**
Examen de preguntas objetivas	0%	50%
Examne de preguntas de desarrollo	0%	50%
Resolución de problemas y/o ejercicios	30%	80%
Observación sistemática	0%	20%

Módulo:	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura:	**IDIOMA COMERCIAL: INGLÉS O ALEMÁN**
Tipología:	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad:	PRESENCIAL
Semestre:	3º
Lenguas en que se imparte:	INGLÉS/ALEMÁN / CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

HAB07 Utilizar a nivel oral y escrito la lengua extranjera elegida (inglés o alemán) con el objeto de aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.

HAB12 Emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica professional.

COM04 Sabe distinguir, tanto en los análisis teóricos como en los análisis empíricos, los efectos de las variables sexo y género y el valor de la igualdad.

COM05 Usa el lenguaje de manera inclusiva y no sexista.

Contenidos (Breve descripción)

Introducción a la comunicación en lengua extranjera en un entorno comercial. Se abordarán las cuatro macrodestrezas (lectura, escritura, comprensión y expresión oral) combinándolas con las microdestrezas propias de la actividad comercial, de gestión y de compras: aspectos interculturales y relaciones sociales profesionales (visitas y recepción de visitantes), presentaciones profesionales (producto, negocio, empresa), correspondencia, conversaciones telefónicas, etc. Además, se introducirá la terminología específica más utilizada en las transacciones comerciales.

Observaciones

El alumno deberá optar por cursar la materia o bien en el idioma INGLES o en ALEMAN (son excluyentes)

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01: Presencial: Clases de aula	50	26
AF 02: Presencial: Clases prácticas	44	22
AF 03: Presencial: Análisis de textos orales y escritos	34	2
AF 04: No presencial: Resolución de ejercicios y tareas	20	0
AF 05: Presencial: Presentación	2	2

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☐	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☒	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☒	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☒	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	10%	30%
Examne de preguntas de desarrollo	20%	40%

Presentaciones	15%	25%
Trabajo	15%	25%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**MARKETING ESTRATÉGICO**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	3º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON05 Identificar los objetivos, alcance y valor de la función de aprovisionamiento y distribución comercial, sus interrelaciones con el resto de subsistemas y su papel como intermediaria de la actividad comercial, con el fin de diseñar estrategias para la provisión y comercialización de bienes y servicios, tanto a través de establecimientos como mediante TIC

CON07 Identificar y describir los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional

CON13 Presentar las herramientas y tecnologías para la gestión de la información utilizadas en la empresa

CON14 Definir el entorno del comercio electrónico, tecnologías y herramientas disponibles y utilizables por las empresas para desarrollar su actividad comercial

HAB16 Recopilar, interpretar y comunicar la información económica sobre temas relevantes en el marco del comercio

Contenidos (Breve descripción)

Marketing Estratégico se plantea como una materia en la que el alumnado tiene la oportunidad de descubrir y conocer la disciplina del marketing desde la dirección de la empresa, es decir, como sistema de pensamiento y como gestión estratégica de herramientas y procedimientos. El objetivo de esta asignatura es profundizar en el estudio de lo que abarca y significa el marketing desde una perspectiva principalmente estratégica. Se pretende que el alumnado entienda cuáles son las tareas y acciones necesarias para llevar a cabo la planificación estratégica del área comercial de la empresa y conozca las nuevas técnicas y herramientas de marketing que se han desarrollado a lo largo de estos últimos años y que dan soporte a dicho objetivo. De este modo, se dotará al alumnado de los conocimientos necesarios que le permitan desarrollar puestos en la dirección de la organización con el fin de implementar los planes de marketing estratégico que sirvan de guía para las acciones comerciales de la empresa en el largo plazo.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	**Horas**	**Presencialidad**
AF 01Presencial: Clases de aula	50	26
AF 02 Presencial: Clases prácticas	44	22
AF 03 No Presencial: Resolución de problemas, lecturas, foro de discusión y ejercicios	34	0
AF 04 Presencial: Resolución problemas, aprendizaje basado en proyectos	20	2
AF 05 Presencial: Presentaciones en grupo	2	2

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)			
☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☐	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☒	Presentación	☒	Trabajo tutelado
☒	Estudio de casos	☐	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☒	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☒	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación		
Sistema de evaluación	**Ponderación mínima**	**Ponderación máxima**
Examen de preguntas objetivas	20%	50%
Examne de preguntas de desarrollo	20%	40%
Resolución de problemas y/o ejercicios	10%	30%
Presentaciones	0%	20%
Proyecto	0%	30%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**LOGISTICA**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	4º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON05 Identificar los objetivos, alcance y valor de la función de aprovisionamiento y distribución comercial, sus interrelaciones con el resto de subsistemas y su papel como intermediaria de la actividad comercial, con el fin de diseñar estrategias para la provisión y comercialización de bienes y servicios, tanto a través de establecimientos como mediante TIC

COM02 Asumir responsabilidades e involucrarse en las tareas laborales con un comportamiento ético para el trabajo en equipo

COM06 Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas

COM09 Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo

Contenidos (Breve descripción)

Análisis del conjunto de actividades relacionadas con el flujo total de materiales y el flujo de información asociado, que comienza con el aprovisionamiento de materias primas y finaliza con la entrega de los productos terminados a los clientes, y estudio de la recuperación del residuo obtenido para analizar su reintroducción en la cadena de suministro.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01Presencial: Clases de aula	34	17
AF 04 Presencial: Resolución problemas y estudio de casos en grupo	50	25
AF 03 No Presencial: Resolución de problemas, estudios previos	51	0
AF 06 Presencial y no presencial: Debates y foros de discusión	15	10

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☒	Estudio previo
☒	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☒	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☒	Debate	☒	Foros de discusión
☐	Seminario	☒	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	40%	100%
Resolución de problemas y/o ejercicios	0%	40%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**DECISIONES DE FINANCIACIÓN**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL

Semestre	5º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON 15 Definir los conceptos y fundamentos e identificar los elementos que soportan las relaciones de intercambios económicos y financieros relacionados con las decisiones de inversión y de financiación

HAB 1 Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa

HAB 8 Discriminar y analizar la información relevante, en particular la relacionada con los costes e ingresos con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones en la actividad económica

HAB 10 Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas y/o financieras mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar los resultados

HAB 11 Identificar y valorar los riesgos inherentes a las actividades económicas y financieras, en especial los vinculados con las transacciones

COM 6 Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas

COM 9 Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo

Contenidos (Breve descripción)

Interpretación y toma de decisiones de financiación en todas las posibles modalidades: autofinanciación y financiación externa.

Estimación del coste de las diferentes alternativas financieras

Análisis del sistema financiero.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 Clases de aula: Sesión magistral y resolución de problemas/ejercicios en aula ordinaria	80	30
AF #02 Clases prácticas de laboratorio-TIC. Resolución problemas/ejercicios	10	2
AF #03 Clases tuteladas: resolución de problemas/ejercicios fuera de aula o utilizando TIC.	60	20

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio

☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación *

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	50%
Examne de preguntas de desarrollo	0%	40%
Resolución de problemas y/o ejercicios	30%	80%
Observación sistemática	0%	20%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**GESTIÓN DE RECURSOS DE INFORMACIÓN EN LA EMPRESA**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	5º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON13 Presentar las herramientas y tecnologías para la gestión de la información utilizadas en la empresa

HABxx Desarrollar estrategias y utilizar las TICs (Tecnologías de Información y Comunicaciones) para localizar y acceder a la información relevante para la toma de decisiones, así como para generar, difundir y compartir el conocimiento.

HAB17 Elaborar un proyecto de integración de las TIC en la actividad comercial de una empresa

Contenidos (Breve descripción)

La materia se centra en el estudio de los recursos de información necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa, presentando las diferentes soluciones tecnológicas existentes en el mercado para la gestion integral de dichos recursos. Se estudia como las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) pueden contribuir a la mejora de la gestión empresarial, analizando las principales aplicaciones que permiten explotar la información y el conocimiento, generados tanto en el interior como en el exterior de la empresa.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 Presencial: Clases de aula	47	24
AF #02 Presencial: Clases prácticas	47	24
AF #03 Resolución de problemas, Trabajo colaborativo	30	4
AF #04 Elaboración de proyectos	26	0

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☒	Estudio previo
☐	Presentación	☒	Trabajo tutelado

☒	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☒	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☒	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	**Ponderación mínima**	**Ponderación máxima**
Examen de preguntas objetivas	30%	60%
Resolución de problemas y/o ejercicios	20%	40%
Proyecto	20%	30%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	5º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON03 Interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida

CON06 Interpretar la interrelación entre el marketing y la dirección estratégicos 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

HAB01 Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa

HAB12 Seleccionar y aplicar las técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización

COM01 Valorar las realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales para interpretar, con una visión global y multicultural, y con ello decidir las estrategias y operaciones empresariales

COM07 Capacidad de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés o alemán)

Contenidos (Breve descripción)

Tiene como principal objetivo ayudar al estudiante a comprender por qué es necesario desarrollar una investigación de mercados en los procesos de toma de decisiones corporativos, en particular en la Dirección de Marketing. Además del por qué analizaremos el cómo ejecutar este tipo de investigación: métodos, fuentes, técnicas de recogida de información, sistemas de análisis e interpretación de datos. El objetivo final es dotar al alumno de los conocimientos y destrezas necesarios para poner en práctica una actividad de esta naturaleza.

Observaciones

Actividades Formativas		
Actividad formativa	**Horas**	**Presencialidad**
AF 01Presencial: Clases de aula	50	26
AF 02 Presencial: Clases prácticas	44	22
AF 03 No Presencial: Resolución de problemas, lecturas, foro de discusión y ejercicios	34	0
AF 04 Presencial: Resolución problemas, aprendizaje basado en proyectos	20	2
AF 05 Presencial: Presentaciones en grupo	2	2

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *			
☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☒	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☐	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☒	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☒	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación		
Sistema de evaluación	**Ponderación mínima**	**Ponderación máxima**
Examen de preguntas objetivas	20%	40%
Examne de preguntas de desarrollo	20%	40%
Resolución de problemas y/o ejercicios	10%	30%
Presentaciones	0%	20%
Proyecto	0%	30%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**ESTRATEGIA EMPRESARIAL Y GESTIÓN DE AYUDAS**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6

Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	6º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

HAB15 Asociar el objeto y condiciones de los programas públicos de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como aplicarlos en apoyo de la estrategia empresarial

Contenidos (Breve descripción)

1.- Concepto de estrategia y tipología de estrategias empresariales: objeto, condiciones del entorno, diseño e implantación.

2.- Análisis de viabilidad de la estrategia: el plan de negocio.

3.- Los programas públicos de promoción económica como vector de la política económica y como vínculo entre la estrategia empresarial y la política económica.

4.- Programas públicos de apoyo a la internacionalización, a la inversión y al acceso a la financiación.

5.- Programas públicos de apoyo a la mejora competitiva: cooperación empresarial, diagnóstico e implantación de la estrategia, eficiencia energética, I+D+i, mejora de los sistemas de información, etc.

6.- Programas públicos de apoyo a la creación de empresas y de empleo.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
Clases de aula	80	30
Resolución de problemas	70	22

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☐	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	16%
Examne de preguntas de desarrollo	34%	50%
Resolución de problemas y/o ejercicios	50%	50%

Módulo:	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura:	**IDIOMA PARA LA NEGOCIACIÓN INTERCULTURAL: INGLÉS O ALEMÁN**
Tipología: Obligatoria	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS:	6
Modalidad:	PRESENCIAL
Semestre	6º
Lenguas en que se imparte:	INGLÉS -ALEMÁN /CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON03 Interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.

HAB07 Utilizar a nivel oral y escrito la lengua extranjera elegida (inglés o alemán) con el objeto de aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.

CON12 Identificar los recursos informativos disponibles para la internacionalización.

HAB12 Emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica professional.

COM04 Sabe distinguir, tanto en los análisis teóricos como en los análisis empíricos, los efectos de las variables sexo y género y el valor de la igualdad.

COM05 Usa el lenguaje de manera inclusiva y no sexista.

Contenidos (Breve descripción)

Profundización en los aspectos comunicativos comerciales en lengua extranjera, centrados en las negociaciones y los componentes culturales que inciden en la comunicación. Se abordarán las cuatro macrodestrezas y las microdestrezas profesionales, con textos especializados y auténticos. Entre otros temas, se prestará especial atención a las negociaciones comerciales y reuniones de empresa (con clientes y/o proveedores) en un contexto internacional, a las reclamaciones y su gestión, y a los documentos propios del comercio internacional.

Observaciones

El alumno deberá optar por cursar la materia o bien en el idioma INGLES o en ALEMAN (son excluyentes)

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01: Presencial: Clases de aula	50	26
AF 02: Presencial: Clases prácticas	44	22
AF 03: Presencial: Análisis de textos orales y escritos	34	2
AF 04: No presencial: Resolución de ejercicios y tareas	20	0
AF 05: Presencial: Presentación	2	2

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☐	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☒	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☒	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier

☒	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	10%	30%
Examne de preguntas de desarrollo	20%	40%
Presentaciones	15%	25%
Trabajo	15%	25%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**MARKETING INTERNACIONAL**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	6º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

HAB01 Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa

CON06 Interpretar la interrelación entre el marketing y la dirección estratégicos 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

CON12 Identificar los recursos informativos disponibles para la internacionalización

COM10 Capacidad de trabajo en equipo y de asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo

Contenidos (Breve descripción)

La asignatura pretende aproximar al alumnado a las decisiones más relevantes que entraña la internacionalización de la empresa aplicando los conocimientos de marketing adquiridos a las peculiaridades propias del entorno internacional. El contenido de la materia consistirá en analizar el entorno internacional de la empresa, investigar y seleccionar los mercados exteriores, diseñar las estrategias de acceso a los mercados internacionales y tomar decisiones sobre el Plan de Marketing Internacional.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01Presencial: Clases de aula	50	26
AF 02 Presencial: Clases prácticas	44	22
AF 03 No Presencial: Resolución de problemas, estudio de casos, trabajo colaborativo	34	0
AF 04 Presencial: Resolución de problemas, casos y proyecto colaborativo	20	2
AF05: Presencial: Presentaciones en grupo	2	2

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *			
☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☐	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☒	Presentación	☒	Trabajo tutelado
☒	Estudio de casos	☐	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación *

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	10%	40%
Examne de preguntas de desarrollo	10%	40%
Resolución de problemas y/o ejercicios	5%	40%
Trabajo	5%	30%
Presentaciones	5%	30%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**CREACION DE EMPRESAS COMERCIALES**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	7º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON01 Identificar e interpretar los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización

CON10 Describir y relatar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como elaborar un plan de negocio

COM09 Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo

COM10 Capacidad de trabajo en equipo y de asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo

HAB01 Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa

Contenidos (Breve descripción)

Factores del entorno que influyen en la creación de empresas. El emprendedor: Motivaciones y cualidades.

Ideas de negocio: Creatividad y viabilidad de nuevas ideas

Generación de modelos de negocio.

El plan de negocio. Elaboración del Plan de Negocio. Planes estratégicos. Planes operativos.
Requisitos legales para crear una empresa: formas jurídicas, fiscalidad, permisos y licencias, obligaciones registrales, ayudas, trámites, etc. Actividad formativa. Metodología. Competencias relacionadas. Ayudas a la creación de empresas

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01Presencial: Clases de aula	58	20
AF 02 Presencial: Clases prácticas en aulas de informática	42	22
AF 03 No Presencial: Resolución de proyectos de empresa	33	0
AF 04 Presencial: Tutorías grupales	10	4
AF05: Presencial: Presentaciones	7	6

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☐	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☒	Trabajo tutelado
☒	Estudio de casos	☐	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	70%	80%
Resolución de problemas y/o ejercicios	10%	10%
Trabajo	10%	20%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura:	**SISTEMAS DE LA INFORMACIÓN INTEGRADOS PARA LA GESTIÓN**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6º
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	7º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON04 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.

CON13 Presentar las herramientas y tecnologías para la gestión de la información utilizadas en la empresa, tales como ERPs o sistemas integrados de gestión.

HAB01 Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.

HAB09 Diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de generar información útil para usuarios externos e internos.

HAB13 Emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional

COM06Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas

Contenidos (Breve descripción)

Estructura y módulos de los softwares integrales de gestión. Automatización de las operaciones contables de las distintas etapas del ciclo contables en un ERP. Gestión y seguimiento de las cuentas a pagar, cobrar, ingresos, gastos, inmovilizados y amortizaciones con sistema ERP. Generación diarios contables, balances, cuentas de resultados en tiempo real con un software de gestión integral.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 Clases de aula: Lección magistral	40	15
AF #02 Clases de aula prácticas: Resolución de problemas/ejercicios en aula	50	15
AF #03 Clases de aula: Prácticas con apoyo de TIC´s	60	22

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☐	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos

☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	40%
Resolución de problemas y/o ejercicios	50%	90%
Examen de preguntas de desarrollo	0%	40%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**COMERCIO ELECTRÓNICO: ELEMENTOS INFORMÁTICOS**
Tipología	OPTATIVA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	7º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON14 Definir el entorno del comercio electrónico, tecnologías y herramientas disponibles y utilizables por las empresas para desarrollar su actividad comercial

HAB17 Elaborar un proyecto de integración de las TIC en la actividad comercial de una empresa

HAB19 Analizar y gestionar el conjunto de estrategias, aplicaciones, datos, productos, tecnologías y arquitecturas técnicas enfocados a la administración y creación de conocimiento en una organización o empresa

COM10 Capacidad de trabajo en equipo y de asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo

Contenidos (Breve descripción)

Conceptos básicos del comercio electrónico y sus tipos. Sitios Web y sus tecnologías. Herramientas para valorar sitios de comercio electrónico. Seguridad de la información y de las transacciones en el comercio electrónico. Aspectos informáticos de la legislación sobre el comercio electrónico

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01 Presencial: Clases de aula	55	25
AF 02 Presencial: Clases prácticas	45	21
AF 03 No Presencial: Resolución de problemas, lecturas y ejercicios	30	0
AF 04 Presencial: Resolución problemas	10	3
AF 05 Presencial: Presentaciones	10	3

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)			
☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☐	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☒	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☒	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☒	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	60%
Proyecto	20%	80%
Presentaciones	20%	80%

Módulo 3	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**HABILIDADES PERSONALES, DIRECTIVAS Y COMERCIALES**
Tipología OPTATIVO	OPTATIVA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	7º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON08 Identificar y describir los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional

Contenidos (Breve descripción)

1. El comportamiento de las personas y el bienestar laboral y personal
2. Gestión del tiempo
3. Comunicación
4. Gestión del estrés
5.- Toma de decisiones
6. Inteligencia emocional
7. Negociación
8.- Liderazgo

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01 Clases de aula	90	38
AF 02 Resolución de problemas	50	12
AF 03 Presentación	10	2

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☒	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☐	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	40%	100%
Presentaciones	0%	10%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**GESTIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR**
Tipología	OPTATIVA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	8º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

HAB01 Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa

HAB18 Elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior

CON01 Identificar e interpretar los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización

CON12 Identificar los recursos informativos disponibles para la internacionalización

CON13 Presentar las herramientas y tecnologías para la gestión de la información utilizadas en la empresa

Contenidos (Breve descripción)

El objetivo de esta materia es profundizar en el manejo de los medios de pago internacionales, los medios de contratación, medidas de política comercial, obstáculos al comercio, medidas de fomento de la exportación, gestión aduanera, transporte internacional o los INCOTERMS.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01Presencial: Clases de aula	50	26
AF 02 Presencial: Clases prácticas	44	22
AF 03 No Presencial: Resolución de problemas, lecturas, foro de discusión y ejercicios	34	0
AF 04 Presencial: Resolución problemas, estudios de caso	20	2
AF 05 Presencial: Presentaciones en grupo	2	2

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☐	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☒	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☒	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	70%
Resolución de problemas y/o ejercicios	20%	50%
Prácticas de laboratorio	20%	40%

Presentaciones	0%	20%
Trabajo	0%	30%

Módulo:	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura:	**IDIOMA PARA LA COMUNICACIÓN INTERNACIONAL: INGLÉS O ALEMÁN**
Tipología:	OPTATIVA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad:	PRESENCIAL
Semestre:	8º
Lenguas en que se imparte:	INGLÉS– ALEMÁN -/ CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON07 Identificar y describir los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.

CON10 Describir y relatar el rol socioeconómico del emprendimiento y el liderazgo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.

HAB07 Utilizar a nivel oral y escrito la lengua extranjera elegida (inglés o alemán) con el objeto de aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.

HAB12 Emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica professional

COM04 Sabe distinguir, tanto en los análisis teóricos como en los análisis empíricos, los efectos de las variables sexo y género y el valor de la igualdad.

COM05 Usa el lenguaje de manera inclusiva y no sexista.

Contenidos (Breve descripción)

Carácter comunicativo (nivel avanzado) combinado con los conocimientos propios de la titulación de comercio. Este curso será, por tanto, una lengua para fines específicos en la que el contenido de la especialidad será el eje conductor. Énfasis en la interdisciplinariedad, se incluirán textos en lengua extranjera característicos de otras materias (gestión, comercio o marketing), así como metodologías de empresa (análisis de casos, DAFO o PEST). Además, se dedicará un módulo a la búsqueda de empleo (selección de ofertas, cartas de presentación, modalidades de CV-Europass y entrevistas).

Observaciones

El alumno deberá optar por cursar la materia o bien en el idioma INGLES o en ALEMAN (son excluyentes)

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01: Presencial: Clases de aula	50	26
AF 02: Presencial: Clases prácticas	44	22
AF 03: Presencial: Análisis de textos orales y escritos	34	2
AF 04: No presencial: Resolución de ejercicios y tareas	20	0
AF 05: Presencial: Presentación	2	2

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)			
☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☐	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☒	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☒	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☒	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	10%	30%
Examne de preguntas de desarrollo	20%	40%
Presentaciones	15%	25%
Trabajo	15%	25%

Módulo	GESTION DEL COMERCIO
Materia/Asignatura	**TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL**
Tipología	OPTATIVA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	8º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

HAB16. Recopilar, interpretar y comunicar la información económica sobre temas relevantes en el marco del comercio

HAB19. Analizar y gestionar el conjunto de estrategias, aplicaciones, datos, productos, tecnologías y arquitecturas técnicas enfocados a la administración y creación de conocimiento en una organización o empresa

COM01. Valorar las realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales para interpretar, con una visión global y multicultural, y con ello decidir las estrategias y operaciones empresariales

COM04. Sabe distinguir, tanto en los análisis teóricos como en los análisis empíricos, los efectos de las variables sexo y género y el valor de la igualdad

COM09. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo

Contenidos (Breve descripción)
Las técnicas cualitativas en el análisis de la realidad. Metodología, estrategias y técnicas para el diseño y elaboración de proyectos. Diseño de investigación aplicada: la perspectiva de la intervención. La evaluación de planes, programas y proyectos: su aplicación a la actividad comercial.
Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 Presencial: Clases de aula	66	22
AF #02 Presencial: Clases prácticas	36	17
AF 04 Presencial: Resolución problemas, trabajo colaborativo	45	10
AF 05 Presencial: Presentación	3	3

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☒	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☒	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☒	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	30%
Trabajo	30%	50%
Estudio de casos	10%	30%
Presentaciones	10%	20%

Módulo 4: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN ECONOMICO FINANCIERA

El módulo de gestión de la información económica financiera aplicado al grado de comercio permite adquirir un profundo conocimiento de los aspectos contables y financieros de forma que dotan al alumno de los recursos e instrumentos que le permitan apoyar el proceso de toma de decisiones en todos los niveles de la organización, comunicar a terceros la situación económico

financiera del negocio y gestionar del modo más eficaz la actividad de la empresa para dotarla de los fondos necesarios que le permitan la adecuada ejecución de sus planes.

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

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

En este módulo se recogen las asignaturas que forman al alumno sobre la metodología para identificar, registrar, analizar, presentar y comunicar información económica a terceros y para la toma de decisiones dentro de la propia organización a diferentes niveles de responsabilidad.

Módulo 4 – GESTION DE LA INFORMACION ECONOMICO-FINANCIERA			
Asignatura	**Tipo**	**ECTS**	**SEMESTRE**
Fundamentos de Contabilidad	FB	6	2º
Contabilidad Financiera	OB	6	3º
Contabilidad de Costes	OB	6	4º
Contabilidad de Gestion	OB	6	5º
Presentación e Interpretación de la Informacion Financiera	OB	6	6º
Combinaciones de Negocios	OP	6	7º

CODIGO RA	DEFINICION
COM06	Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas
CON18	Reconocer las diferentes formas de tratar y comunicar la información contable para facilitar la toma de decisiones
HAB01	Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa
HAB02	Desarrollar los conocimientos necesarios para formular y analizar la información financiera relacionada con las combinaciones de negocios
HAB08	Discriminar y analizar la información relevante, en particular la relacionada con los costes e ingresos con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones en la actividad económica
HAB09	Diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de generar información útil para usuarios externos e internos
HAB13	Emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional

Módulo:	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA
Materia/Asignatura:	**FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD**
Tipología:	FORMACION BÁSICA
Número de créditos ECTS:	6
Modalidad:	PRESENCIAL
Semestre:	2º
Lenguas en que se imparte:	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON18	Reconocer las diferentes formas de tratar y comunicar la información contable para facilitar la toma de decisiones
HAB09	Diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de generar información útil para usuarios externos e internos
HAB16	Recopilar, interpretar y comunicar la información económica sobre temas relevantes en el marco del comercio
COM06	Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas

Contenidos (Breve descripción)

Marco conceptual de la contabilidad Financiera. Patrimonio empresarial. Método contable. Etapas del ciclo contable. Regularización y cierre del ejercicio. Obligaciones legales y mercantiles de la contabilidad. Existencias. Acreedores y deudores por operaciones comerciales. Elaboración introductoria de cuentas anuales

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 Clases de aula: Lección magistral	54	30
AF #02 Clases de aula prácticas: Resolución de problemas/ejercicios en aula	40	22
AF #03 Clases de aula: Resolución de problemas de forma autónoma/ejercicios fuera del aula	56	0

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio

☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	50%
Examne de preguntas de desarrollo	0%	50%
Resolución de problemas y/o ejercicios	20%	70%

Módulo:	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA
Materia/Asignatura:	**CONTABILIDAD FINANCIERA**
Tipología:	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS:	6
Modalidad:	PRESENCIAL
Semestre:	3º
Lenguas en que se imparte:	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON18	Reconocer las diferentes formas de tratar y comunicar la información contable para facilitar la toma de decisiones
HAB09	Diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de generar información útil para usuarios externos e internos
HAB16	Recopilar, interpretar y comunicar la información económica sobre temas relevantes en el marco del comercio
COM06	Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas

Contenidos (Breve descripción)

1. Problemática contable del activo no corriente no financiero: inmovilizado material, inversiones inmobiliarias, inmovilizado intangible, arrendamientos, activos no corrientes mantenidos para la venta
2. Problemática contable de los instrumentos financieros
3. Problemática contable de las fuentes de Financiación ajena y financiación propia
4. Problemática contable de ingresos plurianuales, subvenciones, provisiones y otras normas de valoración con incidencia en la formulación de cuentas anuales

Observaciones

La asignatura es una continuación de la asignatura "Fundamentos de Contabilidad" de 1º del Grado de Comercio

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 Clases de aula: Lección magistral	54	30
AF #02 Clases de aula prácticas: Resolución de problemas/ejercicios en aula	40	22
AF #03 Clases de aula: Resolución de problemas de forma autónoma/ejercicios fuera del aula	56	0

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas

☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	**Ponderación mínima**	**Ponderación máxima**
Examen de preguntas objetivas	0%	50%
Examne de preguntas de desarrollo	0%	50%
Resolución de problemas y/o ejercicios	20%	70%

Módulo:	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA
Materia/Asignatura:	**CONTABILIDAD DE COSTES**
Tipología:	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS:	6
Modalidad:	PRESENCIAL
Semestre:	4º
Lenguas en que se imparte:	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON18	Reconocer las diferentes formas de tratar y comunicar la información contable para facilitar la toma de decisiones
HAB08	Discriminar y analizar la información relevante, en particular la relacionada con los costes e ingresos con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones en la actividad econòmica
HAB09	Diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de generar información útil para usuarios externos e internos
COM06	Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas

Contenidos (Breve descripción)

Fundamentos de la contabilidad de costes. Elementos del coste del producto con especial dedicación a los costes indirectes. , Sistemes de acumulación de costes y métodos de calculo La repercusión del modo de calculo en el valor de las existencias y por tanto en el Balance y en el resultado del ejercicio.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 Presencial: Clases de aula	56	28
AF #02 Presencial: Clases Prácticas: Resolución de problemas/ejercicios	40	6
AF 04 Presencial: Trabajo colaborativo	48	16
AF 05 Presencial: Presentaciones en grupo	6	2

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☒	Presentación	☒	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☒	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	50%
Examne de preguntas de desarrollo	0%	50%
Resolución de problemas y/o ejercicios	30%	80%
Presentaciones	0%	50%
Proyecto	0%	30%

Módulo	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA
Materia/Asignatura:	**CONTABILIDAD DE GESTIÓN**
Tipología:	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS:	6

Modalidad:	PRESENCIAL
Semestre:	5º
Lenguas en que se imparte:	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON18	Reconocer las diferentes formas de tratar y comunicar la información contable para facilitar la toma de decisiones
HAB08	Discriminar y analizar la información relevante, en particular la relacionada con los costes e ingresos con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones en la actividad econòmica
HAB09	Diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de generar información útil para usuarios externos e internos
COM06	Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas

Contenidos (Breve descripción)

Herramientas para el tratamiento de la información contable para el apoyo en la toma de decisions de la empresa.

La información contable para la planificación y el control. Tipos de centros de responsabilidad, preciós de transferència, el proceso presupuestario y el coste estándar.

La contabilidad de dirección estratègica. Herramientas contables con enfoque estratético y contabilidad en entornos innovadores.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 Presencial: Clases de aula	56	28
AF #02 Presencial: Clases Prácticas: Resolución de problemas/ejercicios	40	6
AF 04 Presencial: Trabajo colaborativo	48	16
AF 05 Presencial: Presentaciones en grupo	6	2

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☒	Presentación	☒	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☒	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	50%
Examne de preguntas de desarrollo	0%	50%
Resolución de problemas y/o ejercicios	30%	80%
Presentaciones	0%	50%
Proyecto	0%	30%

Módulo	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA
Materia/Asignatura:	**PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA**
Tipología:	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS:	6
Modalidad:	PRESENCIAL
Semestre:	6º
Lenguas en que se imparte:	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON18	Reconocer las diferentes formas de tratar y comunicar la información contable para facilitar la toma de decisiones
HAB01	Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa
HAB09	Diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de generar información útil para usuarios externos e internos

Contenidos (Breve descripción)

Introducción a las Cuentas Anuales (Información Financiera)

Normas de registro y valoración del Plan General de Contabilidad y de las Normas Internacionales de Información Financiera de todas las partidas de las Cuentas Anuales

Normas de Formulación de Cuentas Anuales Consolidadas

El Informe de Auditoría

Análisis de Cuentas Anuales (Información Financiera)

Observaciones

La asignatura es una continuación de las asignaturas "Fundamentos de Contabilidad" de 1º del Grado de Comercio y "Contabilidad Financiera" de 2º del Grado de Comercio

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 Clases de aula: Lección magistral	105	30
AF #02 Clases de aula prácticas: Resolución de problemas/ejercicios en aula	45	22

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas

☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☒	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación *

Sistema de evaluación	**Ponderación mínima**	**Ponderación máxima**
Examen de preguntas objetivas	0%	50%
Examne de preguntas de desarrollo	0%	50%
Resolución de problemas y/o ejercicios	30%	80%

Módulo	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA
Materia/Asignatura:	**COMBINACIONES DE NEGOCIOS**
Tipología:	OPTATIVA
Número de créditos ECTS:	6
Modalidad:	PRESENCIAL
Semestre:	7º
Lenguas en que se imparte:	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

CON18	Reconocer las diferentes formas de tratar y comunicar la información contable para facilitar la toma de decisiones
HAB01	Recopilar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, financiero, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de planificar la estrategia y la gestión operativa
HAB02	Desarrollar los conocimientos necesarios para formular y analizar la información financiera relacionada con las combinaciones de negocios
HAB09	Diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de generar información útil para usuarios externos e internos

Contenidos (Breve descripción)

Introducción

Las combinaciones de negocios y el control societario

Modificaciones estructurales de las sociedades mercantiles

Normas para la formulación de cuentas anuales consolidadas

Valoración de empresas

Observaciones
La asignatura es una continuación de las asignaturas "Fundamentos de Contabilidad" de 1º del Grado de Comercio, "Contabilidad Financiera" de 2º del Grado de Comercio y "Presentación e Interpretación de la Información financiera" de 3º del Grado de Comercio

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF #01 Clases de aula: Lección magistral	105	30
AF #02 Clases de aula prácticas: Resolución de problemas/ejercicios en aula	45	22

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *

☐	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☒	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación *

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen de preguntas objetivas	0%	50%
Examne de preguntas de desarrollo	0%	50%
Resolución de problemas y/o ejercicios	30%	80%

Módulo 5: FORMACION INTEGRADORA

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

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

Módulo 5 – FORMACION INTEGRADORA			
Asignatura	**Tipo**	**ECTS**	**SEMESTRE**
Prácticas Externas	OB	6	8º
Trabajo Fin de Grado	OB	6	8º

CODIGO RA	DEFINICION
COM02	Asumir responsabilidades e involucrarse en las tareas laborales con un comportamiento ético para el trabajo en equipo
COM05	Usa el lenguaje de manera inclusiva y no sexista
COM06	Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas
COM07	Capacidad de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés o alemán).
COM08	Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo
COM09	Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo
COM10	Capacidad de trabajo en equipo y de asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo
HAB13	Emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional

Módulo	FORMACIÓN INTEGRADORA
Materia/Asignatura	**PRÁCTICAS EXTERNAS**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	8º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

HAB13 Emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional

COM02 Asumir responsabilidades e involucrarse en las tareas laborales con un comportamiento ético para el trabajo en equipo

COM06 Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas

COM09 Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo

COM10 Capacidad de trabajo en equipo y de asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo

Contenidos (Breve descripción)

La asignatura de Prácticas Externas no establece una relación de temas, aunque sí los siguientes puntos que serán abordados durante su desarrollo: Evaluación inicial de expectativas y conocimientos previos, objetivos, finalidad y fases de la práctica. Sentido e importancia de los procesos de observación durante la práctica. Sentido e importancia de los procesos de interacción, evaluación del proceso de la práctica empresarial.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01 Presencial: Clases de aula	10	5
AF 06 No Presencial: Practicas externas	140	0

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☒	Actividades introductorias	☒	Prácticas externas
☐	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☐	Resolución de problemas	☐	Estudio previo
☐	Presentación	☐	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☐	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Informe de prácticas externas	30%	80%
Autoevaluación	20%	60%

Módulo	FORMACIÓN INTEGRADORA
Materia/Asignatura	**TRABAJO FIN DE GRADO**
Tipología	OBLIGATORIA
Número de créditos ECTS	6
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	8º
Lenguas en que se imparte	CASTELLANO / GALLEGO

Resultados de aprendizaje

COM05 Usa el lenguaje de manera inclusiva y no sexista

COM07 Capacidad de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés o alemán).

COM08 Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo

COM09 Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo

Contenidos (Breve descripción)

Con el Trabajo de Fin de Grado el alumno deberá demostrar haber conseguido las habilidades necesarias para la elaboración y defensa de un trabajo de investigación o de recopilación utilizando la metodología adecuada. El tema del Trabajo será congruente con el perfil (objetivos y competencias) del Grado en Comercio. Se fomentará que el alumnado pueda elaborarlo y defenderlo en alguna de las lenguas extranjeras impartidas en la titulación.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
AF 01 Presencial: Clases de aula	10	5
AF 07 No Presencial: Búsqueda de información, lecturas y manejo de bibliografía. Actividades formativas online sobre elaboración TFG	140	

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán)

☒	Actividades introductorias	☐	Prácticas externas
☐	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☐	Resolución de problemas	☒	Estudio previo
☒	Presentación	☒	Trabajo tutelado
☐	Estudio de casos	☐	Resolución de problemas de forma autónoma
☐	Debate	☐	Foros de discusión
☐	Seminario	☐	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☐	Aprendizaje basado en proyectos
☐	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☐	Aprendizaje-servicio
☐	Salidas de estudio	☐	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking

Sistemas de Evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Presentaciones	20%	80%
Examen oral	20%	80%

4.2. Actividades y metodologías docentes

En el proceso de modificación del título de grado las actividades y metodologías formativas son aspectos relevantes que han sido revisados y adecuados a la nueva normativa y el contexto educativo actual.

Con el objetivo de mejorar la calidad educativa, se han revisado las actividades formativas desarrolladas en las asignaturas del grado vinculando las metodologías y evaluaciones a los resultados de aprendizaje propuestos, para reforzar el proceso de enseñanza y aprendizaje centrado en el estudiante.

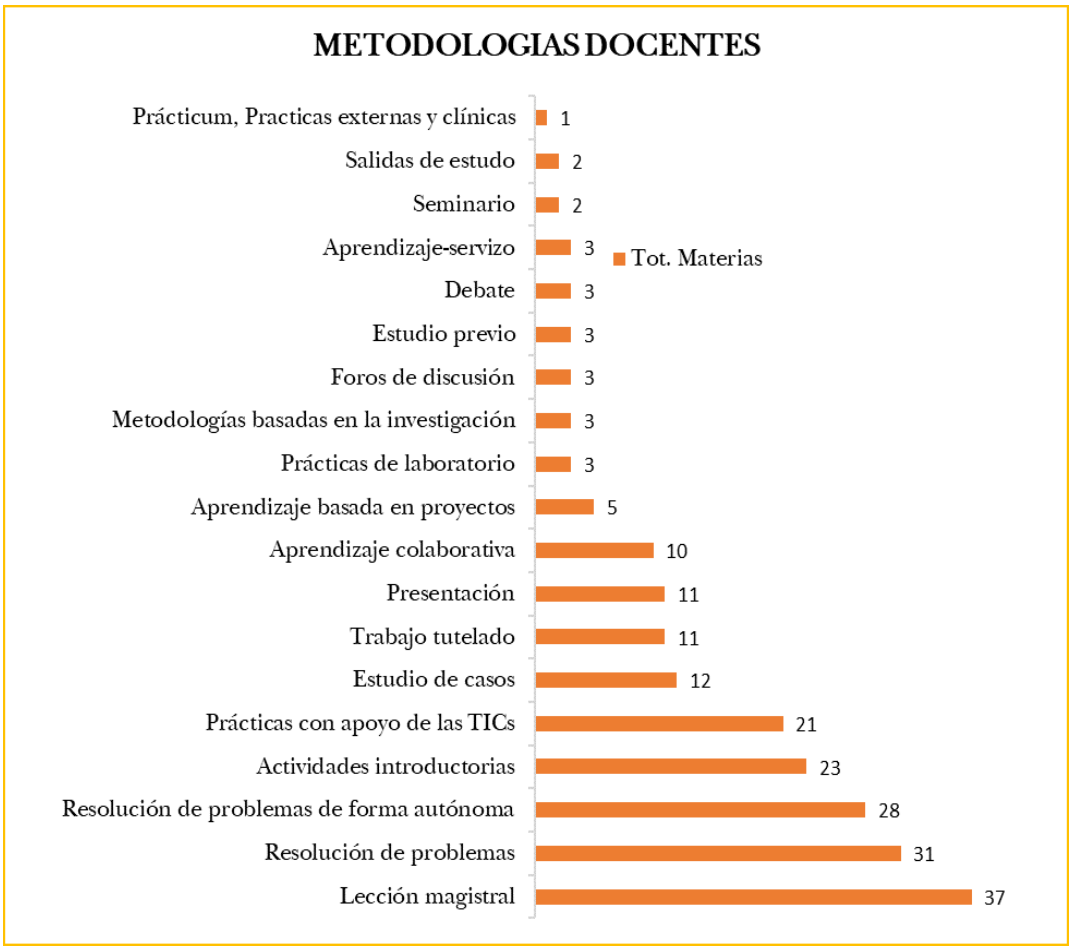
En las actividades formativas se planifican actividades presenciales, distinguiendo actividades formativas de aula: prácticas y teóricas y no presenciales: de trabajo autónomo del alumnado, con cargas correspondientes a los créditos de las asignaturas.

Las metodologías propuestas, se establecen en función de las actividades propuestas y del semestre en el que se ubican las asignaturas. En el cuadro se recogen los totales de las metodologías elegidas en las fichas de las asignaturas del grado.

Se destaca la presencia de una mayor proporción de metodologías encaminadas a transmitir conocimientos básicos en los primeros semestres, principalmente con lecciones magistrales, actividades introductorias o prácticas con uso de las TIC.

De la misma forma, se planifican metodologías de mayor autonomía del alumnado: seminarios, proyectos o salidas de estudios, encaminadas a conseguir competencias y/o habilidades por parte del alumnado, propuestas en mayor medida en los semestres finales del grado, como tal y como queda reflejado en el cuadro.

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *			
☒	Actividades introductorias	☒	Prácticas externas
☒	Lección Magistral	☐	Prácticum
☐	Eventos científicos	☐	Prácticas clínicas
☒	Resolución de problemas	☒	Estudio previo
☒	Presentación	☒	Trabajo tutelado
☒	Estudio de casos	☒	Resolución de problemas de forma autónoma
☒	Debate	☒	Foros de discusión
☒	Seminario	☒	Aprendizaje colaborativo
☐	Taller	☒	Aprendizaje basado en proyectos
☒	Prácticas en aulas de informática	☐	Portafolio/Dossier
☐	Prácticas de laboratorio	☒	Aprendizaje-servicio
☒	Salidas de estudio	☒	Metodologías basadas en la investigación
☐	Prácticas de campo	☐	Design thinking



4.3. Sistemas de evaluación

Los sistemas de evaluación presentes en la titulación se han planificado buscando la coherencia entre los resultados de aprendizaje, las actividades de formación propuestas y la evaluación, siguiendo las recomendaciones de las Guías de la Universidad y las agencias acreditadoras.

En el cuadro se resumen todas metodologías propuestas en las asignaturas del Grado de Comercio.

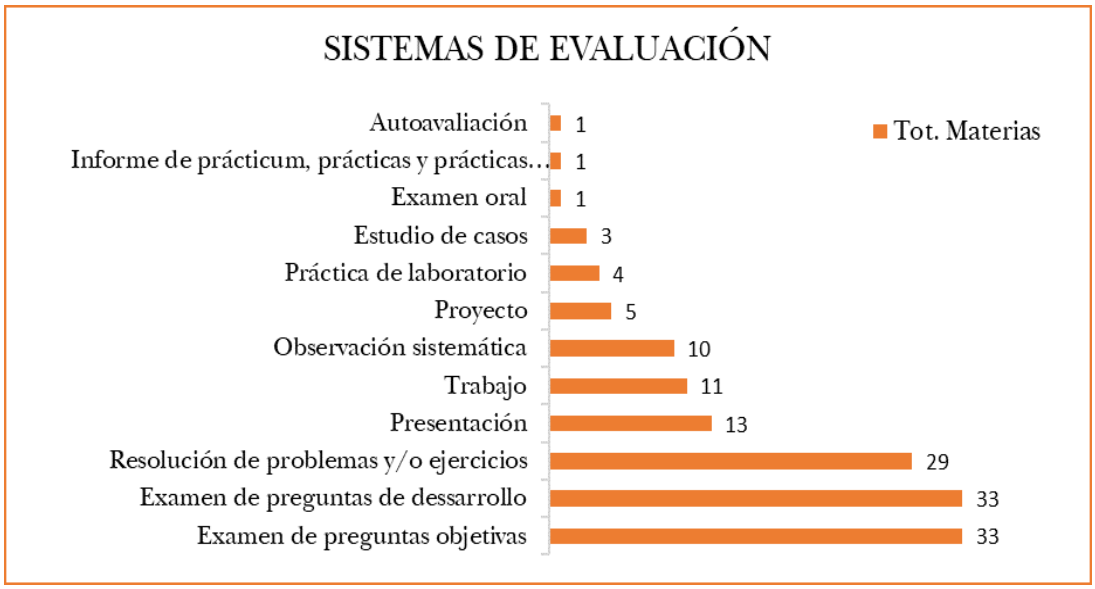
En un primer grupo, muestra mayor presencia de evaluaciones objetivas con exámenes de preguntas objetivas o de desarrollo que evalúan la adquisición de conocimiento por parte del estudiante. Este grupo de evaluaciones se recogen en mayor medida en las asignaturas de formación básica.

Un segundo grupo de sistemas de evaluación: presentaciones, resolución de problemas, orientados a la evaluación de la capacidad de aplicación del estudiante.

En un tercer nivel los estudios de caso o proyectos, encaminados a evaluar la capacidad de síntesis del estudiante.

En un nivel superior se recogen los sistemas de evaluación encaminados a evaluar competencias como el informe de prácticas, la defensa del trabajo fin de Grado.

Sistemas de evaluación utilizados en la titulación	
☒	Examen de preguntas objetivas
☒	Examen de preguntas de desarrollo
☒	Examen oral
☒	Resolución de problemas y/o ejercicios
☒	Estudio de casos
☒	Prácticas de laboratorio
☐	Simulación o *Role Playing*
☒	Trabajo
☒	Informe de prácticas
☐	Informe de prácticas externas
☒	Proyecto
☐	Portafolio/Dossier
☒	Presentaciones
☐	Debate
☒	Autoevaluación
☒	Observación sistemática



4.4. Estructuras curriculares específicas

No procede.

5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

5.1. Perfil básico del profesorado

5.1.a) Descripción de la plantilla de profesorado del título

Como se puede observar en la Tabla 5, la plantilla de profesorado del Grado en Comercio está compuesta mayoritariamente por profesorado permanente, funcionario o laboral fijo (72%), asegurando así la estabilidad y consistencia temporal de la docencia. Desglosando por categorías, un 8% corresponde a Catedráticos/as de Universidad, un 38% a Titulares de Universidad, y un 22% a Profesorado Contratado Doctor. Este grupo asume la docencia de un 74% de los créditos ECTS.

Un 6% de la plantilla corresponde a profesorado ayudante doctor, que es una figura cuyo objetivo es su posterior transformación en profesorado permanente. El restante 22% corresponde a profesorado asociado a tiempo parcial, que, corresponde a especialistas y profesionales de reconocida competencia que ejercen su actividad principal fuera del ámbito académico universitario. Dicho profesorado aporta una valiosa experiencia profesional y práctica a la docencia en ciertas materias (notablemente las relacionadas con el Derecho o el Marketing). Dada la naturaleza multidisciplinar del título, eminentemente dirigida a la formación de profesionales para la empresa, ello se justifica plenamente.

En lo referente al nivel de formación del profesorado, el 78% de la plantilla es Doctor/a. Obviamente, el profesorado no Doctor/a es en su gran mayoría el de la categoría de Asociado/a, ya que esto no es un requisito para acceder a dicha categoría, sino, como se comentó anteriormente, su experiencia y competencia profesionales.

En cuanto a la experiencia docente, si se toma como referencia el número de quinquenios, el profesorado de la plantilla cuenta con una media de 4,6 quinquenios (excluyendo al profesorado asociado, dado que no puede contar con quinquenios). Esto supone una experiencia media de al menos 23 años de docencia.

Actualmente, el profesorado con vinculación permanente, de las categorías de Catedrático/a, Titular de Universidad, o Profesorado Contratado Doctor, asume la coordinación del 90% de las asignaturas, y por tanto de los créditos ECTS. Sólo un 10% de las asignaturas está coordinado por profesorado Ayudante Doctor/a, o, excepcionalmente, profesorado asociado de reconocida experiencia docente y profesional. En todo caso, y como establece la normativa universitaria vigente, el diseño de las guías docentes de todas las materias es responsabilidad de los/las coordinadores/as, pero su supervisión y aprobación recae en la Junta de Facultad.

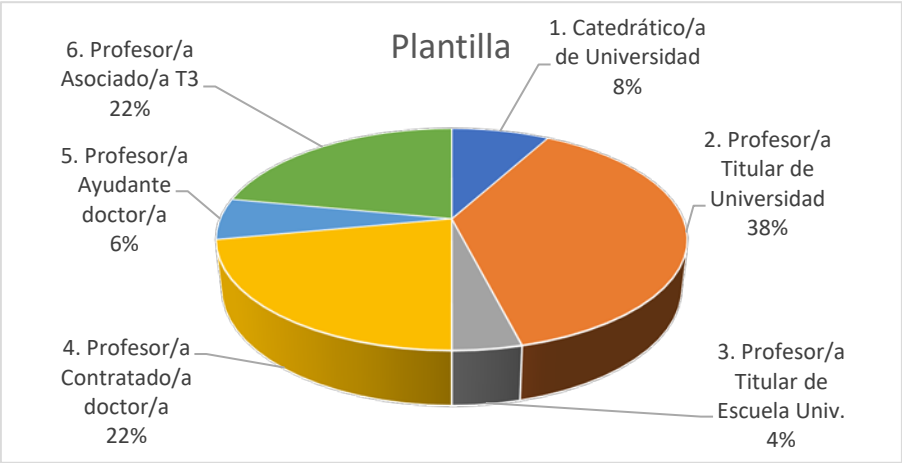
El 38% del profesorado doctor de la plantilla cuenta con al menos un sexenio de investigación, acumulando un total de 40 sexenios a nivel de toda la plantilla. La gran mayoría de estos sexenios

corresponde a profesorado de las categorías de Catedráticos/as y Titulares de Universidad, debido a que se trata de profesorado que típicamente tiene mayor antigüedad en su puesto.

Actualmente hay dos profesores/as que disponen de una acreditación para una categoría superior a la que actualmente ocupan: una acreditación para Catedráticos/as y otra para Titulares de Universidad.

Tabla 5. Resumen del profesorado asignado al título (incluir al menos la siguiente información)

Categoría	Número	ECTS	Doctores/as	Acreditados/as	Sexenio	Quinquenio
Catedrático/a de Univ.	**4**	**12**	**4**		**15**	**24**
Profesor/a Tit. de Univ.	**19**	**111**	**19**	**1**	**15**	**101**
Profesor/a Tit. de Escuela	**2**	**6**	**0**		**0**	**12**
Profesor/a Contratado/a Doctor/a	**11**	**58**	**11**	**1**	**10**	**43**
Profesor/a Ayudante Doctor/a	**3**	**19**	**3**		**0**	**1**
Profesor/a Asociado/a T3	**11**	**46**	**2**		**0**	**0**
Total	**50**	**252**	**39**	**2**	**40**	**181**



5.1.b) Estructura de profesorado

Tabla 6. Detalle del profesorado asignado al título por ámbitos de conocimiento.

Área o ámbito de conocimiento: denominación	Análisis matemático		
Número de profesores/as	3		
Número de doctores/as	3		
Categorías		Plantilla	ECTS
	Catedrático/a de Universidad	1	3
	Profesor/a Titular de Universidad	1	1
	Profesor/a Asociado/a T3	1	2
Profesorado acreditado	0		
Materias / asignaturas	Matemáticas		
ECTS impartidos (previstos)	6		
ECTS disponibles (potenciales)	6		

Área o ámbito de conocimiento: denominación	Comercialización e Investigación de mercados		
Número de profesores/as	6		
Número de doctores/as	3		
Categorías		Plantilla	ECTS
	Profesor/a Titular de Universidad	1	6
	Profesor/a Titular de Escuela Univ.	1	4
	Profesor/a Contratado/a doctor/a	2	7
	Profesor/a Asociado/a T3	2	13
Profesorado acreditado	1		
Materias / asignaturas	Marketing Investigación de Mercados Marketing Estratégico Marketing Internacional Gestión del Comercio Exterior		
ECTS impartidos (previstos)	30		
ECTS disponibles (potenciales)	30		

Área o ámbito de conocimiento: denominación	Derecho del trabajo y de la Seg. Social		
Número de profesores/as	2		
Número de doctores/as	2		
Categorías		Plantilla	ECTS
	Profesor/a Contratado/a doctor/a	1	1,5
	Profesor/a Ayudante doctor/a	1	4,5
Profesorado acreditado	0		
Materias / asignaturas	Derecho del Trabajo		
ECTS impartidos (previstos)	6		
ECTS disponibles (potenciales)	6		

Área o ámbito de conocimiento: denominación	Derecho Financiero y Tributario		
Número de profesores/as	2		
Número de doctores/as	2		
Categorías		Plantilla	ECTS
	Profesor/a Titular de Universidad	1	3
	Profesor/a Ayudante doctor/a	1	3
Profesorado acreditado	0		
Materias / asignaturas	Tributación de las Operaciones Comerciales		
ECTS impartidos (previstos)	6		
ECTS disponibles (potenciales)	6		

Área o ámbito de conocimiento: denominación	Derecho Mercantil		
Número de profesores/as	1		
Número de doctores/as	1		
Categorías		Plantilla	ECTS
	Profesor/a Ayudante doctor/a	1	6
Profesorado acreditado	0		
Materias / asignaturas	Derecho Mercantil		
ECTS impartidos (previstos)	6		
ECTS disponibles (potenciales)	6		

Área o ámbito de conocimiento: denominación	Economía Aplicada		
Número de profesores/as	6		
Número de doctores/as	6		
Categorías		Plantilla	ECTS
	Catedrático/a de Universidad	1	2
	Profesor/a Titular de Universidad	4	10
	Profesor/a Contratado/a doctor/a	1	6
Profesorado acreditado	1		
Materias / asignaturas	Economía Internacional Economía Española y Mundial Fiscalidad Aplicada		
ECTS impartidos (previstos)	18		
ECTS disponibles (potenciales)	18		

Área o ámbito de conocimiento: denominación	Economía financiera y Contabilidad		
Número de profesores/as	10		
Número de doctores/as	8		
Categorías		Plantilla	ECTS
	Catedrático/a de Universidad	1	5
	Profesor/a Titular de Universidad	7	48
	Profesor/a Titular de Escuela Univ.	1	3
	Profesor/a Asociado/a T3	1	4
Profesorado acreditado	0		
Materias / asignaturas	Combinación de Negocios Contabilidad de Costes Contabilidad de Gestión Contabilidad Financiera Decisiones de Financiación Decisiones de Inversión Fundamentos de Contabilidad Matemáticas Comerciales Presentación e Interpretación de la Información Financiera Sistemas de la Información Integrados para la Gestión		
ECTS impartidos (previstos)	60		
ECTS disponibles (potenciales)	60		

Área o ámbito de conocimiento: denominación	Estadística e investigación operativa		
Número de profesores/as	3		
Número de doctores/as	2		
Categorías		Plantilla	ECTS
	Profesor/a Titular de Universidad	2	12
	Profesor/a Asociado/a T3	1	6
Profesorado acreditado	0		
Materias / asignaturas	Estadística: Estadística Investigación Operativa en la Empresa Comercial Muestreo Aplicado a la Investigación de Mercados		
ECTS impartidos (previstos)	18		
ECTS disponibles (potenciales)	18		

Área o ámbito de conocimiento: denominación	Filología Alemana		
Número de profesores/as	2		
Número de doctores/as	1		
Categorías		Plantilla	ECTS
	Profesor/a Contratado/a doctor/a	1	13
	Profesor/a Asociado/a T3	1	5
Profesorado acreditado	0		
Materias / asignaturas	Idioma Comercial: Inglés o Alemán Idioma para la Comunicación Internacional: Inglés o Alemán Idioma para la Negociación Intercultural: Inglés o Alemán (Opción Alemán)		
ECTS impartidos (previstos)	18		
ECTS disponibles (potenciales)	18		

Área o ámbito de conocimiento: denominación	Filología Inglesa		
Número de profesores/as	3		
Número de doctores/as	2		
Categorías		Plantilla	ECTS
	Profesor/a Titular de Universidad	1	13
	Profesor/a Contratado/a doctor/a	1	4
	Profesor/a Asociado/a T3	1	1

Profesorado acreditado	0
Materias / asignaturas	Idioma Comercial: Inglés o Alemán Idioma para la Comunicación Internacional: Inglés o Alemán Idioma para la Negociación Intercultural: Inglés o Alemán (Opción Inglés)
ECTS impartidos (previstos)	18
ECTS disponibles (potenciales)	18

Área o ámbito de conocimiento: denominación Fundamentos del análisis económico			
Número de profesores/as	2		
Número de doctores/as	2		
Categorías		Plantilla	ECTS
	Catedrático/a de Universidad	1	2
	Profesor/a Titular de Universidad	1	10
Profesorado acreditado	0		
Materias / asignaturas	Macroeconomía Microeconomía		
ECTS impartidos (previstos)	12		
ECTS disponibles (potenciales)	12		

Área o ámbito de conocimiento: denominación Lenguajes y Sistemas Informáticos			
Número de profesores/as	3		
Número de doctores/as	2		
Categorías		Plantilla	ECTS
	Profesor/a Contratado/a doctor/a	2	9
	Profesor/a Asociado/a T3	1	3
Profesorado acreditado	0		
Materias / asignaturas	Comercio Electrónico: Elementos Informáticos Informática Aplicada a la Gestión Comercial		
ECTS impartidos (previstos)	12		
ECTS disponibles (potenciales)	12		

Área o ámbito de conocimiento: denominación Organización de empresas			
Número de profesores/as	6		
Número de doctores/as	4		
Categorías		Plantilla	ECTS
	Profesor/a Titular de Universidad	1	6
	Profesor/a Contratado/a doctor/a	3	20
	Profesor/a Asociado/a T3	2	10
Profesorado acreditado	0		
Materias / asignaturas	Creación de Empresas Comerciales Principios de Gestión Responsable Estrategia Empresarial y Gestión de Ayudas Habilidades Personales, Directivas y Comerciales Gestión de Recursos de Información en la Empresa Logística		
ECTS impartidos (previstos)	36		
ECTS disponibles (potenciales)	36		

Área o ámbito de conocimiento: denominación Sociología			
Número de profesores/as	1		
Número de doctores/as	1		
Categorías		Plantilla	ECTS
	Profesor/a Ayudante doctor/a	1	12
Profesorado acreditado	0		
Materias / asignaturas	Sociología del Consumo Técnicas de Investigación Social		
ECTS impartidos (previstos)	12		
ECTS disponibles (potenciales)	12		

5.1.c) Méritos docentes del profesorado no acreditado

Actualmente el profesorado no acreditado de la plantilla implicada en el título está formado esencialmente por aquel de la categoría de ayudante doctor/a y asociado/a. En el primer caso, dicho profesorado está generalmente destinado a adquirir experiencia en vistas de una futura acreditación. En el segundo caso, y como ya se indicó anteriormente, el profesorado asociado no se orienta a proseguir una carrera docente o investigadora, sino que es profesorado a tiempo parcial que aporta las experiencia y competencias propias del ejercicio de su profesión fuera del ámbito universitario.

En lo relativo al profesorado ayudante doctor/a, parte del que forma parte de la plantilla posee ya un quinquenio, lo que acredita su experiencia docente.

Todo este profesorado cuenta con varios años de experiencia docente, como se puede consultar en la información específica de cada una/o de ellas/os disponible en la ficha personal que está publicado en la página web de la Facultad de Comercio en el siguiente enlace "https://fcomercio.uvigo.es/docencia/profesorado" y desde ella con acceso al perfil docente publicado y actualizado por la propia Universidad de Vigo.

5.1.d) Méritos de investigación del profesorado no doctor

Como ya se mencionó, el profesorado no doctor de la plantilla es mayoritariamente profesorado asociado, que, por definición, no necesita ser doctor, y por tanto no tiene plena capacidad investigadora. Además, este profesorado ejerce típicamente una actividad profesional fuera del ámbito universitario, y raramente puede implicarse en actividades de investigación.

5.1.e) Perfil del profesorado necesario y no disponible y plan de contratación

No procede, ya que todas las necesidades de profesorado están cubiertas.

5.2. Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios

No procede.

6. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE: MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

6.1. Recursos materiales y servicios

Actualmente la Facultad de Comercio cuenta con todos los recursos materiales y servicios adecuados y suficientes para el desarrollo de las actividades formativas planificadas. El conjunto de medios vinculados con la actividad docente se puede consultar en la página web: https://fcomercio.uvigo.es/facultad/instalaciones-servicios.

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

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

6.2 Procedimiento para la gestión de las prácticas externas

Las prácticas obligatorias previstas en el plan de estudios del Grado en Comercio se realizan teniendo en cuenta la normativa general aplicable a la realización de las prácticas la cual se puede consultar en los siguientes enlaces:

- R.D 592/2014 do 11 de Julio, por el que se regulan las Prácticas Académicas Externas de los Estudiantes Universitarios
- Normativa de Prácticas Externas de la UVIGO (Consello de Gobierno 29/04/2021)
- Reglamento de prácticas de la Fac. de Comercio

El mecanismo de gestión, organización y demás se recoge en el Reglamento de prácticas de la Facultad de Comercio que está disponible para su consulta en la página web de la Facultad (https://fcomercio.uvigo.es/docencia/practicas-externas).

Actualmente el Grado en Comercio tiene en vigor más de 60 convenios en prácticas con empresas de Vigo y su periferia, cuya gestión y formalización recae en el Area de Empleo y Emprendimiento de la Universidad de Vigo, en dónde se pueden consultar:

- Convenios con empresas
- Normativas y Modelo convenio

6.3. Previsión de dotación de recursos materiales y servicios

No procede.

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1. Cronograma de implantación del título

La implantación de la modificación del Grado en Comercio será a partir del curso 2024-25, de la siguiente manera:

Año académico	Curso
2024-25	1º
2025-26	2º
2026-27	3º
2027-28	4º

A continuación, se muestra el cronograma que refleja el proceso de implantación de la modificación del actual plan de estudios conducente al título de Grado en Comercio por la Universidad de Vigo.

Curso	Cursos del plan modificado	Curso extinguido del plan actual	Cursos que se mantiene del plan actual
2024-2025	1º	1º	2º, 3º y 4º
2025-2026	2º	2º	3º y 4º
2026-2027	3º	3º	4º
2027-2028	4º	4º	-

7.2 Procedimiento de adaptación

El objetivo que se persigue con el presente procedimiento de modificación es facilitar al alumnado que lo desee, su movilidad desde el actual Grado en Comercio a la nueva modificación del Grado en Comercio. Por ello se ha elaborado el cuadro de adaptación de asignaturas del plan de estudios antiguo al plan de estudios modificado (Ver **ANEXO 2. CUADRO DE ADAPTACIONES**).

En materia de convalidaciones se estará sujeto a la normativa vigente de rango superior y a la que en su caso se desarrolle. El alumnado que hubiera iniciado sus estudios en el plan de estudios antiguo y que no lo concluya en los plazos de finalización de la docencia, dispondrán de dos convocatorias de examen en los dos cursos académicos inmediatamente siguientes para cada una de las asignaturas de dicho plan.

7.3 Enseñanzas que se extinguen

No procede por tratarse de una modificación del plan de estudios.

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

8.1. Sistema Interno de Garantía de la Calidad

https://fcomercio.uvigo.es/calidad/sistema-de-garantia-de-calidad/

8.2. Medios para la información pública

La Universidad de Vigo cuenta con un portal de transparencia de acuerdo con la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno (BOE de 10 de diciembre) y la Ley 1/2016, de 18 de enero, de transparencia y buen gobierno, de la Comunidad Autónoma de Galicia (DOG do 15 de febrero). Este portal de transparencia se encuentra disponible en el siguiente enlace: https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/transparencia.

En lo que tiene que ver con la publicidad activa, la Universidad de Vigo hace pública la información prevista en la legislación estatal y autonómica en materia de transparencia.

Asimismo, ofrece la siguiente información:

a) La oferta académica que incluye las titulaciones oficiales y propias, los cursos complementarios y formativos y los cursos de idiomas.

b) Los indicadores incluidos en los procedimientos de verificación, seguimiento y acreditación de títulos oficiales, así como toda la información con carácter de información pública en dichos procedimientos.

c) Los resultados relacionados con el rendimiento académico del estudiantado.

d) Los resultados de la evaluación de la docencia y de los títulos.

e) Resultados relacionados con los programas de internacionalización.

f) Los indicadores relacionados con la inserción laboral del estudiantado de posgrado.

g) Guías docentes y demás documentación relevante relacionada con la docencia.

h) La relación de docentes con un breve perfil de este: nombre, categoría, dedicación, distinciones y breve currículo.

i) Información sobre los principales canales de representación y comunicación con el estudiantado.

La Universidad de Vigo cuenta con vicerrectorados responsables de la oferta de titulaciones oficiales (grados, másteres y programas de doctorado), que se encargan de su promoción y publicidad a nivel institucional, con la colaboración de otros vicerrectorados y servicios. Por lo que se refiere a la difusión a nivel estatal, la Universidad de Vigo participa anualmente en ferias y exposiciones acerca de la oferta docente de Universidades y Centros de Enseñanza Superior, tanto a nivel local como nacional.

Por otro lado, dentro de los procedimientos del Sistema de Garantía de Calidad, la Facultad de Comercio ha aprobado e implantado el procedimiento DO-0301 denominado "Información Pública y Rendimiento de Cuentas" (https://fcomercio.uvigo.es/calidad/sistema-de-garantia-de-calidad/procedimientos/) que tiene como objetivo el establecer los mecanismos que permitan garantizar y asegurar la disponibilidad de la publicación periódica, actualizada y accesible a los distintos grupos de interés de la información relevante relacionada con los centros y con las titulaciones de la Universidad de Vigo.

Finalmente, hay que destacar que los futuros estudiantes pueden obtener información detallada y actualizada de las tres titulaciones que se imparten: el Grado en Comercio, el Máster en Comercio Internacional y el Máster en Dirección de PYMES, así como del proceso de preinscripción y matrícula por los siguientes medios:

- Web del Grado en Comercio
  https://fcomercio.uvigo.es/estudios/grado-en-comercio/
- Web del máster en Comercio Internacional
  https://fcomercio.uvigo.es/estudios/master-en-comercio-internacional/
- Web del máster en Dirección de PYMES
  https://fcomercio.uvigo.es/estudios/master-en-direccion-de-pymes/
- RR.SS. de la Facultad de Comercio en Twitter, Instagram, Facebook y Linkedin
- Web de la Universidad de Vigo: https://www.uvigo.gal/estudar/que-estudar