

ADAPTACIÓN DE LA GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA CONTABILIDAD, GOBIERNO Y CREACIÓN DE VALOR A LA ENSEÑANZA Y EVALUACIÓN NO PRESENCIAL ANTE LAS CONDICIONES DEL ACTUAL ESTADO DE ALARMA

METODOLOGÍAS DOCENTES Y EVALUACIÓN

La asignatura optativa CONTABILIDAD, GOBIERNO Y CREACIÓN DE VALOR mantiene la metodología docente incluida en su guía docente durante el periodo de confinamiento. Durante el mismo se han seleccionado aquellas metodologías que permiten su aplicación en la modalidad no presencial completando los contenidos y competencias de la asignatura; metodologías tales como: la *Elaboración y presentación de trabajos de investigación científica, a partir de la revisión de literatura, propuesta de modelo e hipótesis y metodología a emplear; así como la realización y exposición de casos prácticos.*

Los criterios de evaluación se mantienen en cuanto a que estos se hallan centrados en el trabajo del alumno a lo largo del semestre por evaluación continua. Se mantienen igualmente las tutorías vía telefónica o por videoconferencia.

De acuerdo con la guía docente se utilizarán dos procedimientos de evaluación: prueba final y evaluación continua.

El proceso de adaptación a la situación actual se ha centrado y centrará en algunos de los procedimientos de la guía docente: participación y presentación de modo presencial y/o vía online de trabajos personales basados en la discusión de trabajos científicos. La prueba final presencial se ha sustituido por la presentación de un trabajo consistente en que el estudiante seleccione el contenido de la materia que más le interese, debiendo buscar 5 referencias bibliográficas y resumir la fundamentación teórica del trabajo. Se valorará la identificación de un trabajo de calidad científica, la comprensión de la teoría que utiliza para fundamentar las hipótesis (teoría de los stakeholders, teoría

de la agencia, etc.) y el complemento de este marco teórico con otra bibliografía. El resumen, con una extensión máxima de 4 o 5 hojas deberá permitir valorar que el alumno conoce con profundidad la teoría, siendo su plazo de entrega la primera quincena de mayo.

La ponderación de la calificación se mantendrá conforme a los criterios de evaluación expuestos en la guía docente: *“Se evaluará la participación del estudiante en las diferentes sesiones y la presentación de un trabajo crítico, en un 50% correspondiente a la evaluación continua. La prueba final será del 50% de la nota final, la cual se sustituirá por la calificación que el estudiante obtenga en el trabajo anteriormente mencionado.*

En Burgos, León, Salamanca, a 17 abril de 2020

Las profesoras de a asignatura

Laura Cabeza

Isabel García

Begoña Prieto

Elena Romero

Adenda Guía docente de Valoración de Empresas

1.- Datos de la Asignatura

Código	300024	Plan		ECTS	6
Carácter	OPTATIVO	Curso	1º	Periodicidad	CUATR.
Área	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD				
Departamento					
Plataforma Virtual	Plataforma:	STUDIUM			
	URL de Acceso:	http://studium.usal.es			

Profesor Coordinador	GABRIEL DE LA FUENTE HERRERO	Grupo / s	1
Departamento	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD		
Área	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD		
Centro	FACULTAD DE CC. ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES (UVA)		
Despacho	114 – Avda. Valle Esgueva 6		
URL Web	www.eco.uva.es/gfuente		
E-mail	gabriel.fuente@uva.es	Teléfono	983423334

5.- Contenidos

La declaración del estado de alarma no ha requerido modificación de contenido o bloque temático alguno.

6.- Competencias a adquirir

La declaración del estado de alarma no ha requerido modificación de competencia alguna.

7.- Metodologías docentes

A 13 de marzo quedaban cuatro sesiones pendientes de impartir correspondientes a los Temas 4 y 5, que se han continuado desarrollando por medios telemáticos (Skype meet y Webex) en el horario y calendario habitual. Los estudiantes fueron consultados sobre la disponibilidad personal de medios para su seguimiento. La respuesta de los estudiantes para la adaptación del sistema ha sido muy positiva.

10.- Evaluación

No ha sido necesaria modificación alguna. La evaluación del alumno se basa en el rendimiento durante las sesiones (40%) y elaboración y presentación de los trabajos propuestos en las sesiones presenciales (60%). Dicho sistema se ha podido mantener con la única salvedad de que la presentación de los trabajos se realiza por los medios virtuales señalados en 7. Se mantiene también el criterio de evaluación de la convocatoria extraordinaria según el cual sólo se puede recuperar la parte de la nota derivada de los trabajos, que tiene un peso del 60 % en el total de la calificación de la asignatura.

ADENDA A LA FICHA GUÍA DOCENTE

PARA ANEXAR A LA FICHA ORIGINAL

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	GOBIERNO DE LA EMPRESA
PROFESOR/A/ES/AS	
CÓDIGO	
CURSO	
METODOLOGÍAS DOCENTES Indique brevemente las metodologías utilizadas La asignatura se impartió casi toda en modo presencial, antes de decretarse el estado de alarma. Las metodologías, por tanto, son mismas que se citan en la ficha original para la evaluación continua.	
EVALUACIÓN Indique brevemente el sistema de evaluación Ante la pandemia actual, se ha optado por una evaluación continuada al 100% de todas las materias, incluyendo las intervenciones, asistencias y colaboraciones en las clases presenciales.	

**ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y RECURSOS HUMANOS (OPTATIVA). VALIDA
DESDE EL 13.3.2020**

1.- Datos de la Asignatura

Código	300014	Plan	ECTS	6
Carácter	Optativo	Curso	Periodicidad	2º Semestre
Área	Organización de Empresas			
Departament	Administración y Economía de la Empresa			
Plataforma Virtual	Plataforma:			
	URL de Acceso:			

Datos del profesorado

Profesor	Coordinador	Pilar Pérez Santana		Grupo / s	1
Departamento	Organización de Empresas y CIM, Universidad de Valladolid				
Área	Organización de Empresas				
Centro	Facultad de CC. EE. Y EE.				
Despacho	124				
Horario de tutorías	Mañanas				
URL Web					
E-mail	pilarps@eco.uva.es		Teléfono	983 423335	
Profesor	Isabel Prieto		Grupo / s	1	
Departamento	Organización de Empresas y CIM, Universidad de Valladolid				
Área	Organización de Empresas				
Centro	Facultad de Economía y Empresa				
Despacho					
Horario de tutorías					
URL Web					
E-mail	isabo@eco.uva.es		Teléfono		
Profesor	Suca Muñoz Doyague		Grupo / s	1	
Departamento	Dirección y Economía de la Empresa, Universidad de León				
Área	Organización de Empresas				
Centro	Facultad de CC. EE. Y EE.				
Despacho					
Horario de tutorías					
URL Web					
E-mail					
Profesor	Gloria Sánchez		Grupo / s	1	
Departamento	Dirección y Economía de la Empresa, Universidad de León				
Área	Organización de Empresas				
Centro	Facultad de CC. EE. Y EE.				
Despacho					
Horario de tutorías					
URL Web					
E-mail					
Profesor	Gustavo Lannelongue		Grupo / s	1	
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				

Área	Organización de Empresas		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	114		
Horario de tutorías			
URL Web			
E-mail	lannelongue@usal.es		

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia

Módulo Investigación Aplicada en Economía de la Empresa. Materia Organización de Empresas. Asignatura Estructura Organizativa y Recursos Humanos. Es una asignatura optativa, de 6 créditos ECTS, que se imparte en el 2º semestre del primer curso.

Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.

La Estructura Organizativa y Recursos Humanos se inserta dentro de la Organización de Empresas como una actividad básica de la actividad de la empresa, básica para el diseño y funcionamiento de la organización interna y las políticas de recursos humanos.

Perfil profesional.

La asignatura “Estructura Organizativa y Recursos Humanos” ofrecerá la formación esencial en materia organizativa de la empresa que garantiza la adquisición de las competencias y habilidades para la adaptación sostenible del futuro egresado en los futuros procesos de gestión de estructuras organizativas y recursos humanos

3.- Recomendaciones previas

No se han descrito

4.- Objetivos de la asignatura

Indíquense los resultados de aprendizaje que se pretenden alcanzar.
El objetivo fundamental de la asignatura es formar al alumno en los fundamentos y conceptos básicos sobre Estructura Organizativa y Recursos Humanos.
Específicamente, el alumno conocerá los conceptos básicos y fundamentos teóricos, principales técnicas, herramientas y prácticas, habilidades e instrumentos sobre Estructura Organizativa y Recursos Humanos.

5.- Contenidos

Indíquense los contenidos preferiblemente estructurados en Teóricos y Prácticos. Se pueden distribuir en bloques, módulos, temas o unidades.

Parte 1: Investigación en Estructura Organizativa:

SESION 1.INTRODUCCION A LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

SESION 2. EVOLUCION DE LAS TEORIAS DE LA ORGANIZACION

SESION 3. FORMAS ORGANIZATIVAS

SESION 4. LAS RELACIONES ESTRATEGIA-ESTRUCTURA

SESION 5 Y 6. PRESENTACION DE LINEAS DE INVESTIGACION

Parte 2: Investigación en recursos humanos:

SESION 7. INTRODUCCION A LA INVESTIGACION RH

SESION 8. ENFOQUE CONTRACTUAL Y DRH

SESION 9. ENFOQUE DE RECURSOS Y CAPACIDADES Y DRH

SESION 10.NUEVAS TENDENCIAS EN DRH: ARS

SESION 11: TEORIA DEL CONOCIMIENTO Y RH

SESION 12: TEMAS EMERGENTES EN INVESTIGACION EN RH

6.- Competencias a adquirir

Se deben relacionar las competencias que se describan con las competencias generales y específicas del título. Se recomienda codificar las competencias (CG xx1, CEyy2, CTzz2) para facilitar las referencias a ellas a lo largo de la guía.

CGEORH1. Conocimiento y capacidad de aplicación de técnicas de gestión empresarial y de organización de empresas.

CECEORH1: Conocer el papel estratégico que puede jugar el funcionamiento interno en las organizaciones.

CECEORH2: Conocer los principales enfoques teóricos y metodológicos utilizados para el estudio del funcionamiento interno en las organizaciones.

CECEORH3: Conocer las variables y dimensiones características del funcionamiento interno en las organizaciones.

CCEORH4. Conocer y distinguir las principales herramientas para la gestión del funcionamiento interno y de la dirección de los recursos humanos en las organizaciones.

CEHEORH1: Ser capaz de identificar las principales metodologías y fuentes de información utilizadas para investigar un determinado tema en Estructura Organizativa y Recursos Humanos.

CEHEORH2: Ser capaz de priorizar la ejecución de la estrategia en una organización a través de prioridades competitivas y decisiones estructurales.

CEHEORH3: Ser capaz de analizar los distintos sistemas de organización interna e identificar los aspectos clave en los que difieren.

CEHEORH4: Ser capaz de distinguir las principales herramientas de gestión de los recursos humanos en la empresa y de abordar el estudio de la implantación de las mismas.

Transversales.

CTEORH1. Desarrollar el razonamiento lógico, el pensamiento creativo y la capacidad de identificar y resolver problemas.

CTEORH2. Mejorar las capacidades de comunicación y trabajo en equipo

CTEORH3. Incrementar la eficiencia en la búsqueda de información

.CTEORH4. Familiarizar con la literatura científica y los hábitos investigadores

CTEORH5. Desarrollar un espíritu crítico en la revisión de la literature.

CTEORH6. Mejorar la capacidad para elaborar y defender argumentos

CTEORH7. Desarrollar una capacidad para aprender de forma autónoma

CTEORH8. Mejorar la creatividad en el planteamiento y realización de las investigaciones.

7.- Metodologías docentes

Describir las metodologías docente de enseñanza-aprendizaje que se van a utilizar, tomando como referencia el catálogo adjunto.

La asignatura Estructura Organizativa y Recursos Humanos utilizará las siguientes metodologías de enseñanza aprendizaje divididas en Presenciales y No Presenciales:

- **Actividades formativas presenciales:**
 - **Actividades de grupo grande:** Lección magistral, resolución de ejercicios y casos fundamentales con participación activa del alumnado. Presentación de los contenidos teóricos del programa mediante exposición oral, utilizando como apoyo sistemas informáticos también con participación activa del alumnado. Actividades introductorias, sesiones magistrales, exposiciones y debates.
 - **Actividades de grupo reducido:** Exposición, debate y defensa razonada y crítica de problemas, casos y lecturas complementarias trabajadas por el propio alumno (individualmente o como grupo). Análisis, crítica y debate de los trabajos realizados por el resto de alumnos; todo ello mediante la aplicación de los contenidos esenciales de la materia así como en un ejercicio de profundización creativa del conocimiento. Prácticas en el aula, debates y exposiciones.
 - **Tutorías:** Seguimiento personalizado del aprendizaje del alumno como herramienta de motivación para la mejora personal y el logro de los objetivos propios (en grupo). Seminarios, exposiciones, debates, tutorías. SE HAN AMPLIADO LAS OPCIONES DE TUTORIAS OFRECIENDOLES CONEXION EN FOROS O CHATS DE SU CAMPUS VIRTUAL, O BIEN, POR E-MAIL, EN CASO DE DUDAS EN ESTA SITUACION ACTUAL.
 - **Realización de pruebas orales y escritas:** resolución de ejercicios y problemas, comentario de casos y/o tests para la evaluación de la adquisición, por parte del alumno, de las competencias objeto de la materia. Exposiciones orales sobre contenidos de la asignatura. Pruebas orales, pruebas objetivas de tipo test, pruebas prácticas y pruebas de desarrollo.

Dada la naturaleza de la asignatura, su enfoque socio-económico y el perfil de los alumnos al que se dirige, en las clases presenciales no existirá una secuencia temporal rígida entre los contenidos teóricos y prácticos ya que ambos son indisolubles como herramienta eficaz de enseñanza-aprendizaje y por ende forma de medida de los resultados de aprendizaje tanto del grupo como del alumno considerado individualmente.

Para la impartición de la asignatura el profesor, a su criterio, podrá utilizar recursos docentes como pizarra, fotocopias, pizarra digital, cañón de video, Power Point, etc...

- **Actividades formativas no presenciales:** **SE HAN AMPLIADO LOS RECURSOS UTILIZADOS PARA LAS ULTIMAS SESIONES DE LA ASIGNATURA CON:**
 - **VIDEOCONFERENCIA ENTRE PROFESOR-ALUMNOS**
 - Estudio personal de teoría, problemas, lecturas, casos individuales o en grupo propuestos por el profesor. Preparación de trabajos.
 - Resolución de problemas, casos individuales o en grupo propuestos por el profesor. Resolución de problemas.
 - Preparación de las pruebas escritas.

En general, la metodología de enseñanza-aprendizaje a aplicar en estas últimas actividades formativas consistirá en repaso y resolución de dudas para una mejor comprensión y análisis crítico de los contenidos básicos y complementarios acumulados a lo largo del curso. Búsqueda de nueva información tanto bibliográfica como consulta on-line de portales Web de comprobado interés académico en la materia.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

		Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
		Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales		14		20	34
Prácticas	• En aula	10		29	47
	• En el laboratorio				
	• En aula de informática				
	• De campo				
	• De visualización (visu)				
Seminarios		3		4	7
Exposiciones y debates		1		4	5
Tutorías		1			
Actividades de seguimiento online			17		
Preparación de trabajos				21	21
Otras actividades (detallar). Tutorías individuales sin programar, sesiones grupales de preparación y resolución de exámenes		11			6
Exámenes: SE SUSTITUYE POR TRABAJO FINAL		0		30	30
TOTAL		50	10	105	150

SE HAN REDUCIDO LAS HORAS PRACTICAS EN AULA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE SEGUIMIENTO ONLINE Y SE SUSTITUYE LA PRUEBA ESCRITA DE 3 HORAS POR UN TRABAJO AUTONOMO DEL ALUMNO DE 30HORAS

9.- Recursos

A lo largo del curso se le suministrará el material de trabajo, tanto en clase como en el aula virtual.

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

A lo largo del curso, el profesor/res podrá/n poner al alcance del alumno otras referencias bibliográficas, artículos en prensa económica especializada, así como enlaces de Internet, videos y/o cualquier otro tipo de recurso distintos de los anteriormente señalados

10.- Evaluación

Las pruebas de evaluación que se diseñen deben evaluar si se han adquirido las competencias descritas, por ello, es recomendable que al describir las pruebas se indiquen las competencias y resultados de aprendizaje que se evalúan.

Consideraciones Generales

La evaluación tiene como objetivo valorar el grado en el que el alumno alcanza las competencias diseñadas anteriormente. Para ello se basará en la evaluación continua del trabajo del alumno, tanto en el aula como fuera de ella. Los instrumentos de evaluación serán variados y se implementarán a lo largo del segundo semestre en el que se imparte la asignatura.

En esta asignatura, la calificación final obtenida por el alumno, se obtendrá teniendo en cuenta las distintas actividades propuestas cuya ponderación y competencias implicadas figura a continuación.

TANTO LAS REALIZADAS EN EL AULA EN LAS SESIONES QUE SE HAN HECHO PRESENCIALES, COMO LAS ORALES DURANTE SESIONES POR VIDEOCONFERENCIA, COMO EL TRABAJO FINAL QUE TENDRAN QUE ENVIAR A LOS 4 PROFESORES, EN SUSTITUCION DE UNA PRUEBA FINAL ESCRITA.

POR TANTO, LA PONDERACION DE LA ASIGNATURA EN ESTE NUEVO ESCENARIO QUEDA COMO SIGUE:

- **50% DE LA NOTA POR LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN AULA, INDIVIDUALES O GRUPALES; O BIEN, DESARROLLADAS VIRTUALMENTE POR VIDEO CONFERENCIA CON EL PROFESOR.**
- **50% DE LA NOTA POR EL TRABAJO FINAL QUE ENTREGARÁN POR CORREO ELECTRONICO A FINALES DE MAYO A LOS 4 PROFESORES, CON SUS CORRESPONDIENTES TAREAS RESUELTAS.**

Peso proporcional sobre el total: POR TANTO LO QUE SIGUE ABAJO QUEDA ANULADO POR EL NUEVO ESCENARIO.

- **Pruebas escritas: tanto de teoría como de prácticas: 50 %**
- **Participación activa en el aula: 30 %. Participación activa y presentaciones. (Para la valoración de este apartado se pone como condición necesaria la asistencia a la clase del 80 %)**
- **Trabajos prácticos: 20 %**

El proceso de evaluación se llevará a cabo teniendo en cuenta el trabajo realizado por el alumno en toda la asignatura, el nivel alcanzado en las competencias descritas y el logro de los objetivos propuestos.

Los instrumentos de evaluación que se emplearán en la asignatura son: **TAREAS Y EXPOSICIONES DESARROLLADAS EN EL AULA (EN SESIONES PRESENCIALES) O EN SESIONES VIRTUALES POR LAS VIDEOCONFERENCIAS.**

TRABAJO FINAL ESCRITO QUE REALIZARAN FUERA DEL AULA Y ENTREGARAN VIA CORREO ELECTRONICO.

POR TANTO, QUEDAN ANULADAS LAS SIGUIENTES:

Pruebas escritas: sobre clases magistrales, contenidos básicos, presentaciones y resoluciones de ejercicios.

Participación activa en el aula: realización de preguntas, respuestas a cuestiones planteadas, preparación y presentación de contenidos, participación en discusiones y debates, etc...

Trabajos prácticos (entregados y/o expuestos): resolución de ejercicios y programación, análisis y/o presentación y defensa de trabajos individuales, en grupo, método del caso, etc...

La necesidad de adaptación constante del profesor a las necesidades del alumno, exige la posibilidad de que estos instrumentos de evaluación puedan sufrir variaciones en función de la dinámica del grupo, su interés, participación y número.

Si bien los instrumentos de evaluación son importantes, la participación activa en el aula, así como la entrega y/o exposición de trabajos conceptuales, teóricos y prácticos garantizan una mayor eficacia en la adquisición de competencias y logro de los objetivos previos.

Recomendaciones para la recuperación.

La organización de la asignatura y las técnicas de evaluación utilizadas, permiten un seguimiento pormenorizado y continuado del grado de desempeño del alumno. De este modo y de acuerdo a cada caso, el profesor/es sugerirá/n reajustes en la actitud y trabajo del estudiante.

EN CASO DE QUE ALGÚN ALUMNO NO SUPERASE LA ASIGNATURA EN LA PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA, SE LE PEDIRÁ QUE REALICE UN SEGUNDO TRABAJO FINAL PARA RECUPERAR LA MISMA, DE SIMILAR CONTENIDO Y ESTRUCTURA QUE EL PRIMERO DE ELLOS, ENVIÁNDOLE EN EL TIEMPO PREVISTO PARA LAS CONVOCATORIAS EXTRAORDINARIAS DE LA ASIGNATURA.

- **Garantizando que quien no haya participado en la Evaluación Continua puede superar la asignatura.**

--	--

--

--	--

DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN COMERCIAL**1.- Datos de la Asignatura**

Código		Plan		ECTS	6
Carácter	optativo	Curso	primero	Periodicidad	2º cuatrimestre
Área	Comercialización e Investigación de Mercados				
Departamento	Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados				
Plataforma Virtual	Plataforma:				
	URL de Acceso:				

Datos del profesorado

Profesora Coordinadora	Ana Gutiérrez Arranz	Grupo / s	1
Departamento	Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados		
Área	Comercialización e Investigación de Mercados		
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Valladolid		
Despacho	116		
Horario de tutorías			
URL Web	http://www.uva.es/cocoon_uva/impe/uva/contenido?pag=/contenidos/departamentos/orgEmpresasComercializacion/contenidos/Recursohumanos/anagu/anagutierrezarranz&idCampus=&idCentro=&idDep=&idInsts=&idBiblioteca=&idMicroSite=		
E-mail	anag@eco.uva.es	Teléfono	983 184393

Profesora	Rosa M. Hernández Maestro	Grupo / s	1
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Comercialización e Investigación de Mercados		
Centro	Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Salamanca		
Despacho	322		

Horario de tutorías			
URL Web	http://diarium.usal.es/rosahm/		
E-mail	rosahm@usal.es	Teléfono	923294400 Ext.: 3124

Profesora	Alicia Izquierdo Yusta	Grupo / s	1
Departamento	Economía y Administración de Empresas		
Área	Comercialización e Investigación de Mercados		
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Burgos		
Despacho	2070		
Horario de tutorías			
URL Web			
E-mail	aliciaiz@ubu.es	Teléfono	947 259036

Profesora	Esther Calderón-Monge	Grupo / s	1
Departamento	Economía y Administración de Empresas		
Área	Comercialización e Investigación de Mercados		
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Burgos		
Despacho	2073		
Horario de tutorías			
URL Web	https://ubuvirtual.ubu.es/user/profile.php?id=7452 https://es.linkedin.com/in/esthercalderonmonge		
E-mail	ecalderon@ubu.es	Teléfono	947258968

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia
Especialización en marketing
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Profundizar en las estrategias de distribución y comunicación de las empresas y en las líneas de investigación relacionadas con ellas. Conocer y comprender el proceso metodológico de la investigación académica en esas dos variables del marketing mix
Perfil profesional.
El máster pretende capacitar a sus estudiantes para ser buenos candidatos de cara a cubrir puestos de investigadores en administración de empresas en centros públicos de investigación y de enseñanza superior, directivos en consultoras especializadas nacionales e internacionales, centros de investigación de entidades financieras y fundaciones, así como para trabajar en organismos públicos centrados en el apoyo al tejido empresarial.

3.- Recomendaciones previas

El alumno debe disponer de los conocimientos básicos sobre las asignaturas metodológicas y teóricas del primer cuatrimestre.
Tener conocimientos de marketing y de investigación de mercados.
Haber cursado las asignaturas de Investigación en Marketing y Marketing Estratégico.

4.- Objetivos de la asignatura

Indíquense los resultados de aprendizaje que se pretenden alcanzar.
Conocer los elementos del planteamiento de las estrategias de distribución y comunicación comercial.
Conocer las innovaciones y tendencias en las estrategias de distribución y comunicación de las empresas.
Saber llevar a cabo una investigación científica competitiva en Distribución y Comunicación Comercial.
Entender las líneas de investigación en Distribución y Comunicación Comercial, con especial atención a los avances más recientes.
Profundizar en la metodología de la investigación en las materias de Distribución y Comunicación Comercial.

5.- Contenidos

Indíquense los contenidos preferiblemente estructurados en Teóricos y Prácticos. Se pueden distribuir en bloques, módulos, temas o unidades.

Parte I. Comunicación Comercial

El papel de la comunicación comercial en la empresa.

Tendencias y nuevos enfoques en la estrategia de comunicación comercial.

El papel de las nuevas tecnologías en la estrategia de comunicación comercial.

La publicidad como instrumento de comunicación. Decisiones empresariales en el proceso de diseño de una campaña publicitaria.

La importancia de la promoción de ventas para estimular la demanda a corto plazo.

La utilidad de las relaciones públicas para conseguir una opinión favorable de los públicos destinatarios.

Las características distintivas del marketing directo y su utilización en determinados contextos.

El proceso de dirección de ventas: la planificación del proceso y la selección, motivación y remuneración de los vendedores.

El fenómeno del boca-oído electrónico. La importancia de su gestión.

La investigación académica sobre comunicación comercial.

Parte II. Distribución Comercial

El papel de los intermediarios comerciales en los mercados de bienes y servicios. Tipología de canales e intermediarios comerciales.

Tendencias y nuevos enfoques en la estrategia de distribución comercial.

El papel de las nuevas tecnologías en la estrategia de distribución comercial.

Relaciones entre fabricantes e intermediarios en el canal de distribución: teorías y evidencias.

Rivalidad y cooperación en el canal. Determinantes de los procesos de negociación.

Localización de establecimientos comerciales y competencia espacial.

Decisiones sobre surtido, marca de distribuidor, precio de venta y promoción en el punto de venta.

Instrumentos de mejora de la eficiencia: Rentabilidad Directa por Producto, Gestión por Categorías, CRM, EDI.

La investigación académica sobre intermediación en los mercados.

6.- Competencias a adquirir

Se deben relacionar las competencias que se describan con las competencias generales y específicas del título. Se recomienda codificar las competencias (CG xx1, CEyy2, CTzz2) para facilitar las referencias a ellas a lo largo de la guía.

Transversales

CT1. Desarrollar el razonamiento lógico, el pensamiento creativo y la capacidad para identificar y resolver problemas.

CT1. Mejorar las capacidades de comunicación y trabajo en equipo

CT2. Incrementar la eficiencia en la búsqueda de información

CT3. Familiarizar con la literatura científica y los hábitos investigadores

CT4. Desarrollar un espíritu crítico en la revisión de la literatura

CT5. Mejorar la capacidad para elaborar y defender argumentos

CT6. Desarrollar una capacidad para aprender de forma autónoma
 CT7. Mejorar la creatividad en el planteamiento y realización de las investigaciones

Específicas.

Competencias específicas de conocimiento

CEC1. Conocer y analizar el papel de los intermediarios comerciales y de la actividad de comunicación comercial que desarrollan las empresas en el contexto económico.

CEC2. Comprender el papel que juega la distribución y la comunicación en el comportamiento estratégico de las organizaciones empresariales.

CEC3. Conocer los principales enfoques teóricos y metodológicos utilizados para analizar la intermediación en los mercados de bienes y servicios.

CEC4. Conocer las variables y dimensiones que caracterizan las relaciones entre fabricantes y distribuidores y entre estos y los clientes.

CEC5. Conocer los procesos de negociación y establecimiento de acuerdos entre los agentes del canal comercial.

CEC6. Conocer y comprender la evolución de la intermediación y la estructura sectorial actual, mención especial al comercio minorista.

CEC7. Conocer los diferentes instrumentos de comunicación comercial y su eficacia empresarial.

CEC8. Conocer los principales enfoques teóricos utilizados para explicar la comunicación comercial.

CEC9. Conocer las empresas e instituciones implicadas en las decisiones de comunicación.

CEC10. Conocer el papel que las tecnologías de la información juegan en la intermediación y comunicación comercial.

Competencias específicas de habilidad

CEH1. Ser capaz de identificar las principales metodologías y fuentes de información a utilizar para investigar un determinado tema sobre la intermediación en los mercados y sobre la comunicación comercial.

CEH2. Ser capaz de caracterizar la estrategia de distribución y de comunicación comercial.

CEH3. Ser capaz de distinguir las principales formas de relación entre los agentes intermediarios en el canal comercial.

CEH4. Ser capaz de identificar los mejores instrumentos de comunicación para conseguir los objetivos de la empresa.

CEH5. Ser capaz de identificar los aspectos más relevantes en la investigación académica sobre la intermediación en los mercados y sobre la comunicación comercial.

CEH6. Ser capaz de analizar y estructurar un problema de investigación sobre la intermediación en los mercados y sobre la comunicación comercial.

Básicas/Generales.

CG1. Los estudiantes deberán adquirir la capacidad de trabajar en equipo con otros especialistas procedentes de las ciencias sociales y humanas (principalmente Economía, Psicología, Sociología o Derecho), así como de las titulaciones técnicas o tecnológicas, en orden a conseguir una habilidad para conocer, investigar y resolver problemas en el ámbito de la empresa y su entorno.

7.- Metodologías docentes

Describir las metodologías docente de enseñanza-aprendizaje que se van a utilizar, tomando como referencia el catálogo adjunto.

Las sesiones presenciales **se desarrollarán online** y combinarán exposiciones magistrales por parte de los profesores, donde se abordarán las principales ideas y fundamentos básicos de la asignatura, con actividades más interactivas relacionadas con la exposición y discusión de presentaciones y trabajos relacionados con lecturas clave para la asignatura.

Estas sesiones requerirán trabajo personal del alumno ligado a las sesiones teóricas y prácticas, de carácter no presencial. Se desarrollará en la forma de:

Lectura de documentación/materiales **puestos a disposición de los alumnos a través de la plataforma Studium o enviados personalmente por correo electrónico.**

Búsqueda y lectura de documentación complementaria.

Preparación de trabajos, propuestas y exposiciones al respecto.

Tutorías mediante el correo electrónico o conversación telefónica.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

		Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
		Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales		24		14	38
Prácticas	- En aula				
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática				
	- De campo				
	- De visualización (visu)				
Seminarios		0		21	21
Exposiciones y debates		12		16	28
Tutorías			8		8
Actividades de seguimiento online			10		10
Preparación de trabajos				31	31
Otras actividades (detallar)					
Exámenes		2		12	14
TOTAL		38	18	94	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

VÁZQUEZ, R. y J.A.TRESPALACIOS (2006): *Estrategias de Distribución Comercial: Diseño del canal de distribución y relación entre fabricantes y detallistas*. Thomson.
 SEMENIK, R.J. (2001): *Promotion and integrated marketing communications*. South-Western.
 TELLIS, G.J. (2002): *Estrategias de publicidad y promoción*. Pearson Educación: Madrid.
 STERN, L.W. y A.I. EL-ANSARY (1992): *Marketing Channels*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J., 4º edición

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

Se añadirán a lo largo del desarrollo de la asignatura según necesidades docentes.

10.- Evaluación

Las pruebas de evaluación que se diseñen deben evaluar si se han adquirido las competencias descritas, por ello, es recomendable que al describir las pruebas se indiquen las competencias y resultados de aprendizaje que se evalúan.

Consideraciones Generales

Evaluación de la comprensión de la materia y de los documentos discutidos en las sesiones.

Criterios de evaluación

Para superar la asignatura es requisito superar el examen final.

El examen final supone el 60% de la nota final obtenida.

La participación del alumno en las sesiones presenciales **online** y los trabajos realizados representan el 40% de la nota final.

Instrumentos de evaluación

Examen final escrito realizado online.

Participación en las sesiones presenciales.

Trabajos realizados: presentación y contenidos.

Recomendaciones para la evaluación.

Se recomienda un seguimiento continuado de los contenidos de la asignatura, asistiendo a las sesiones presenciales **online** y realizando las lecturas y tareas sugeridas tanto para preparar dichas sesiones como para realizar la prueba final.

Recomendaciones para la recuperación.

Sólo será recuperable la prueba final de la asignatura, que tiene un peso del 60% en el total de la calificación de la asignatura.

Adenda de la guía docente del curso 2019/20 – abril 2020**MARKETING ESTRATÉGICO****1.- Datos de la Asignatura**

Código	6955	Plan		ECTS	6
Carácter	OPTATIVA	Curso	-	Periodicidad	CUATR.
Área	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS				
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA				
Plataforma Virtual	Plataforma:				
	URL de Acceso:				

7.- Metodologías docentes

Las sesiones de clase, **ya sean presenciales o mediante videoconferencia**, combinan breves exposiciones teóricas/magistrales por parte de los profesores, donde se abordan las principales ideas y fundamentos básicos de la asignatura, con actividades más interactivas relacionadas con la exposición y discusión de presentaciones y trabajos relacionados con lecturas clave para la asignatura.

Estas sesiones requerirán trabajo personal del alumno ligado a las sesiones teóricas y prácticas, de carácter no presencial. Se desarrollará en la forma de:

- o Lectura de documentación/materiales.
- o Búsqueda y lectura de documentación complementaria.
- o Preparación de trabajos, propuestas y exposiciones al respecto.

10.- Evaluación**Consideraciones generales**

Se trata de un sistema de evaluación continua donde se pretende valorar tanto el trabajo del alumno a lo largo de las sesiones como la prueba/examen final.

Criterios de evaluación

La evaluación del alumno se basará en dos aspectos:

- Rendimiento durante las sesiones (basado en asistencia y participación activa, y en la realización de las tareas asignadas en las sesiones presenciales): **60%**.
- Prueba final de la asignatura: **40%**.

Instrumentos de evaluación

- Valoración de la asistencia, implicación y participación del alumno en las actividades **planteadas para las sesiones de clase, ya sean presenciales o mediante videoconferencia**. Se requiere un mínimo del 80% de asistencia a las clases.

- Realización, presentación y defensa de tareas asignadas.
- Prueba final: examen escrito, administrado de manera síncrona a través de Studium, con cuestiones de reflexión y aplicación práctica de los conocimientos de la asignatura.

Recomendaciones para la evaluación.

Se recomienda un seguimiento continuado de los contenidos de la asignatura, asistiendo a las sesiones, presenciales o no presenciales, y realizando las lecturas y tareas sugeridas tanto para preparar dichas sesiones como para realizar la prueba final.

Recomendaciones para la recuperación.

En principio, sólo será recuperable la prueba final de la asignatura, que tiene un peso del 40% en el total de la calificación de la asignatura. No obstante, en circunstancias debidamente justificadas, se permitiría la recuperación (con el peso que correspondiera en la nota global) de alguna de las tareas de evaluación continua que hubieran sido deficientes.

Adenda de la guía docente del curso 2019/20 – abril 2020**COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR (MIAEE)****1.- Datos de la Asignatura**

Titulación	Master en Investigación en Administración y Economía de la Empresa				
Código	303663	Plan		ECTS	6
Carácter	Optativo	Curso	1º	Periodicidad	Cuatrimestral
Área	Comercialización e Investigación de Mercados (CIM)				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				
Contacto	Jesús Gutiérrez Cillán (coordinador): cillan@eco.uva.es				

7.- Metodologías docentes

Se mantiene el contenido y la estructura general del curso: una combinación de exposiciones del profesor (a la manera de lecciones magistrales), en las que se abordan las principales ideas y los fundamentos básicos de la disciplina, y de actividades en las que los alumnos elaboran y presentan sus trabajos de síntesis y crítica de las lecturas proporcionadas por el profesor.

No obstante, el paso de la docencia presencial a la docencia no presencial (online) implica una serie de adaptaciones en el material docente proporcionado a los alumnos (en el Campus Virtual Studium), en el desarrollo de las sesiones y en la presentación de los trabajos de los alumnos. En lo referente a la metodología de la docencia (aunque dependiendo de cada profesor y de la parte del programa), se emplearán las siguientes posibilidades:

- En todo caso, rediseño del material docente presentado en forma de diapositivas de PowerPoint e incorporación de comentarios adicionales para facilitar su comprensión.
- En unos temas del programa, redacción y puesta a disposición de los alumnos de unos documentos escritos, a la manera de los tradicionales “apuntes del profesor”, en los que se exponen con suficiente detalle los contenidos objeto de estudio.
- En otros temas, grabación de unos videos explicativos de los contenidos teóricos y las actividades prácticas programadas, complementado con el desarrollo de unas sesiones de videoconferencia (a través de Blackboard Collaborate) que garanticen un nivel mínimo de comunicación e interacción entre profesores y alumnos.

Los trabajos individuales y autónomos que tendrán que realizar los alumnos para los distintos bloques de temas se presentarán siempre como documentos escritos y, en algunos casos (a discreción del profesor), se defenderán además en sesiones de videoconferencia.

Las tutorías se desarrollarán a través de las herramientas de comunicación de la plataforma Studium: correo electrónico, foros de dudas y discusión o videoconferencia, como establezca cada profesor.

10.- Evaluación**Consideraciones Generales**

Se trata de un sistema de evaluación continua que valora la dedicación y el trabajo del alumno a lo largo del curso. Se elimina la realización de la prueba (examen) final.

Criterios de evaluación

La asistencia a las sesiones de videoconferencia (tanto si corresponden a las clases del profesor o a las exposiciones de los trabajos) será obligatoria. Salvo por causa justificada, y siempre con un pequeño margen de tolerancia, se exigirá la asistencia a la totalidad de las sesiones programadas (condición necesaria para superar el curso).

Para la evaluación del alumno se tendrá en cuenta la formalidad, calidad e interés de los trabajos presentados y, en su caso, defendidos públicamente, así como los niveles de implicación y participación activa en las sesiones de videoconferencia.

Instrumentos de evaluación

- Asistencia, implicación y participación activa del alumno en las sesiones grupales.
- Realización, presentación y defensa de los trabajos individuales.

Recomendaciones para la evaluación

Se recomienda la lectura detenida de los materiales aportados por los profesores (diapositivas, documentos redactados, videos y artículos científicos), la asistencia con espíritu participativo a todas las sesiones grupales y una especial dedicación a la elaboración y presentación de los trabajos exigidos. Se recomienda, en suma, el seguimiento continuado del curso.

Recomendaciones para la recuperación

Para la recuperación, el alumno tendrá que realizar un número reducido de tareas y trabajos adicionales, similares en todo a los desarrollados a lo largo del curso.

ADENDA A LA FICHA GUÍA DOCENTE

PARA ANEXAR A LA FICHA ORIGINAL

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	TRABAJO FIN DE MÁSTER						
PROFESOR/A/ES/AS	LUIS VÁZQUEZ SUÁREZ						
CÓDIGO							
CURSO							
METODOLOGÍAS DOCENTES Indique brevemente las metodologías utilizadas							
Se mantienen las metodologías docentes establecidas en la ficha de la asignatura. Las reuniones de trabajo entre los alumnos y sus tutores de TFM se realizarán de forma telemática, utilizando la herramienta de videoconferencia BLACKBOARD de Studium, o cualquier otra herramienta similar (Zoom, Google Meet, Skype, ...).							
EVALUACIÓN Indique brevemente el sistema de evaluación							
Se mantiene el procedimiento de evaluación descrito en la ficha de la asignatura. <table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistema de evaluación</th><th>Ponderación máxima</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Calificación del tribunal</td><td>75%</td></tr> <tr> <td>Calificación Director TFM</td><td>25%</td></tr> </tbody> </table> El acto de presentación y defensa del TFM se realizará de forma telemática, utilizando la herramienta de videoconferencia BLACKBOARD.		Sistema de evaluación	Ponderación máxima	Calificación del tribunal	75%	Calificación Director TFM	25%
Sistema de evaluación	Ponderación máxima						
Calificación del tribunal	75%						
Calificación Director TFM	25%						

INFORMACIÓN CORPORATIVA: NUEVOS ÁMBITOS

1.- Datos de la Asignatura

Código		Plan		ECTS	6
Carácter	OPTATIVA	Curso	PRIMERO	Periodicidad	SEMESTRAL (SEGUNDO)
Área	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD				
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA				
Plataforma Virtual	Plataforma:	STUDIUM			
	URL de Acceso:	http://www.usal.es			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	ISABEL GALLEGO ÁLVAREZ	Grupo / s	1
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA		
Área	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD		
Centro	FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA		
Despacho	130		
Horario de tutorías	Lunes y Martes de 11h-14h		
URL Web	http://web.usal.es/~igallego/		
E-mail	igallego@usal.es	Teléfono	0034923294540. ext. 3009

Profesor	ISABEL MARÍA GARCÍA SÁNCHEZ	Grupo / s	1
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA		
Área	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD		

Centro	FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA		
Despacho	105		
Horario de tutorías	Martes y Miércoles de 11h-14h		
URL Web			
E-mail	lajefa@usal.es	Teléfono	923 29 45 00 (ext. 3133)

Profesor	CARLOS LARRINAGA GONZÁLEZ	Grupo / s	1
Departamento	Economía y Administración de Empresas		
Área	Economía Financiera y Contabilidad		
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Burgos		
Despacho	2066		
Horario de tutorías	http://www.ubu.es/titulaciones/es/grado-fico/informacion-academica/horarios-tutorias-academicas		
URL Web	http://www.upo.es/cicsma/investigador/carloslarrinaga		
E-mail	carlos.larrinaga@ubu.es	Teléfono	+34947259039

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia
MODULO CONTABILIDAD. MATERIA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
La Contabilidad es el sistema de información utilizado por los sujetos económicos, con el objeto de gestionar y controlar eficazmente su riqueza y planificar su actividad futura.

En este sentido, la asignatura Información Corporativa: Nuevos Ámbitos se centra en analizar la necesidad de una ampliación de información a partir de la prescrita en el actual sistema de información contable.

Se corresponde con una formación imprescindible para que el alumno pueda entender (i) las principales necesidades informativas del entorno empresarial actual, así como (ii) relacionar información voluntaria con características empresariales y otros mecanismos internos y externos de control corporativo.

Perfil profesional.

Administración y Dirección de empresas

3.- Recomendaciones previas

Conocimientos de empresa y metodológicos para comprender las investigaciones teóricas y empíricas

4.- Objetivos de la asignatura

El objetivo fundamental de la asignatura es formar al alumno en los fundamentos y conceptos básicos de la información corporativa, así como en el proceso y los métodos de elaboración de dicha información. Especialmente, el alumno comprenderá la necesidad de ampliar la información además de la prescrita en el actual sistema de información contable.

Adicionalmente, el alumno desarrollará determinadas destrezas que le permitirán conocer como se relaciona la información que proporciona esta asignatura con otras materias del mundo empresarial.

5.- Contenidos

Programación de contenidos:

- 1.- Información voluntaria versus información obligatoria.
- 2.- Tipologías de información voluntaria: el informe de responsabilidad social corporativa, la información sobre intangibles y otra información empresarial.
- 3.- Nuevas tecnologías en la emisión de información: la divulgación on-line.
- 4.- Factores determinantes de la divulgación de información voluntaria: características empresariales, mecanismos internos y externos de control corporativo y otras motivaciones.

5.- Efectos asociados a la divulgación de información voluntaria y Teoría institucional de la información corporativa.

6.- Competencias a adquirir

Las competencias específicas y transversales que se desarrollarán en esta asignatura contribuyen a que el alumno adquiere las establecidas en el Modulo Contabilidad cuya relación aparece incluida en la Memoria del Master Universitario en Investigación en Economía de la Empresa. A continuación se enumeran aquellas que se fomentarán más específicamente.

Específicas.

Competencias específicas de conocimiento

1. Comprender la necesidad de una ampliación de información a partir de la prescrita en el actual sistema de información contable.
2. Identificar las principales necesidades informativas del entorno empresarial actual
3. Comprender la importancia de la información social y medioambiental, en el contexto empresarial actual.
4. Definir los principales puntos de un informe de sostenibilidad.
5. Conocer los indicadores más relevantes para medir la información social y medioambiental
6. Conocer la problemática generada por los activos intangibles en el campo del sistema de información contable.
7. Conocer los principales modelos de valoración y gestión de activos intangibles
8. .Conocer nuevas tecnologías en la emisión de información
9. Analizar distintos factores determinantes de la divulgación de información voluntaria y los efectos asociados a la misma.

Competencias específicas de habilidad

- 1.Exponer las líneas actuales de investigación más relevantes en la revelación de información corporativa
2. Saber determinar e interpretar los indicadores más relevantes para medir la información social y medioambiental.
3. Saber aplicar las peculiaridades del tratamiento contable de los activos intangibles.
4. Aplicar distintas teorías a la revelación de información corporativa.
5. Saber aplicar nuevas tecnologías en la emisión de información.
6. Aplicar la metodología más adecuada a la contrastación de las hipótesis propuestas.
7. Relacionar información voluntaria con características empresariales y otros mecanismos internos y externos de control corporativo.

Básicas/Generales.
Transversales.
1. Desarrollar el razonamiento lógico, el pensamiento creativo y la capacidad para identificar y resolver problemas. 2. Mejorar los métodos de comunicación efectiva. 3. Disposición para trabajo en equipo. 4. Capacidad de trabajo con nuevas tecnologías. 4. Apreciar las normas éticas y de conducta.

7.- Metodologías docentes

Clases teóricas

El método docente empleado en las clases teóricas se fundamentará en la Lección Magistral. Se trata de sesiones donde el profesor presentará el **contenido** de los aspectos teóricos más relevantes fomentando la participación de los estudiantes para que estos puedan identificar sus aspectos teóricos y metodológicos clave y así puedan enfrentarse a los problemas planteados en los trabajos empíricos.

Clases prácticas

Se orientarán a guiar al alumno en la aplicación de los conocimientos adquiridos, lo que generará el desarrollo de las competencias relacionadas con una futura actividad investigadora. Las competencias de habilidad y transversales tendrán un importante papel en estas sesiones. Durante las mismas se discutirán y resolverán casos de aplicación de los nuevos ámbitos de información corporativa, se presentarán y defenderán trabajos y ejercicios, se organizarán seminarios específicos de aplicación de contenidos y se facilitará la utilización de tecnologías de la información.

En todo momento los alumnos tendrán que aplicar los conocimientos adquiridos en las explicaciones teóricas, así como conocimientos adquiridos en otras materias, especialmente las contables y metodológicas.

Tutorías

Sesiones de tutorización y seguimiento personalizado del alumno.

Estas metodologías han sido adaptadas durante el periodo de confinamiento derivado de la epidemia COVID-19. En este sentido, se ha facilitado el material a los estudiantes mediante la plataforma studium y por correo electrónico, estando totalmente a disposición de los estudiantes mediante email, videoconferencia en caso de ser necesario resolver dudas.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

		Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
		Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales		20		20	34
Prácticas	- En aula	21		33	54
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática				
	- De campo				
	- De visualización (visu)				
Seminarios					
Exposiciones y debates		5		4	5
Tutorías					
Actividades de seguimiento online					
Preparación de trabajos		5		21	21
Otras actividades (detallar)		6			6
Exámenes		3		27	30
TOTAL		60		105	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

García-Sánchez, I-M., Gallego-Álvarez, I. and Prado-Lorenzo, J-M. (2008). The divulgation of information on corporate social responsibility viewed through the theory of political costs, in Corporate Social Responsibility, Editor Adam R. Timpere, New Science Publishers, New York

Giner, B. (1995): *La divulgación de información financiera: una investigación empírica*, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, Madrid.

Gandía, J.L. and Andrés, T. (2005), “e-Gobierno corporativo y transparencia informativa en las sociedades cotizadas españolas: un estudio empírico”, Monografías No. 8, Dirección de Estudios y Estadísticas, Madrid, Comisión Nacional del Mercado de Valores.

Larrinaga, C. (2007). Sustainability reporting: insights from neo-institutional theory. In J. Unerman, B. O'Dwyer, & J. Bebbington, Sustainability accounting and accountability. Oxon: Routledge.

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

- Bonsón, E. and Escobar, T. (2004), "La difusión voluntaria de información financiera en Internet. Un análisis comparativo entre Estados Unidos, Europa del Este y la Unión Europea", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, Vol. 33, pp. 1063-1101.
- Castelo, M. and Lima, L. (2006), "Corporate social responsibility and resource-based perspectives", *Journal of Business Ethics*, Vol. 69, pp. 111-132.
- Carroll, A. (1999), "Corporate social responsibility. Evolution of a definitional construct", *Business and Society*, Vol. 38, pp. 268-295.
- Gallego I. (2006). The use of economic, social and environmental indicators as a measure of sustainable development in Spain. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 13, 78–97.**
- Giner, B., Arce, M., Cervera, N. y Ruiz, A. (2003): "Incentivos para la divulgación voluntaria de información: evidencia empírica sobre la información segmentada", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 12, No. 4, pp. 69-86.**
- Global Reporting Initiative (2006) Sustainability Reporting Guidelines, GRI, <http://www.globalreporting.org>.
- Prado, J.M., Gallego, I. and García, I. (2009). Stakeholder Engagement and Corporate Social Responsibility Reporting: The Ownership Structure Effect, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16, 94-107.**
- Prado, J.M., García, I., and Gallego, I. (2009). Características del consejo de administración e información en materia de responsabilidad social corporativa, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 38 (141), 107-135.**
- Bebbington, J., Kirk, E.A., & Larrinaga, C. (2012). The Production of Normativity: A comparison of reporting regimes in Spain and the UK. *Accounting, Organizations and Society* 37, 78-94.**
- Husillos, J., Larrinaga, C., & Álvarez, M.J. (2011). The emergence of triple bottom line reporting in Spain. *Revista Española de Financiación y Contabilidad* 60, 195-219.**

10.- Evaluación

Las pruebas de evaluación que se diseñen deben evaluar si se han adquirido las competencias descritas, por ello, es recomendable que al describir las pruebas se indiquen las competencias y resultados de aprendizaje que se evalúan.

Consideraciones Generales

Evaluación continua: La evaluación consistirá en la realización de tres trabajos de revisión de la literatura científica sobre temas planteados por los profesores. Con estos trabajos el

estudiante deberá demostrar un adecuado entendimiento de los conceptos y metodologías empleados en trabajos de investigación sobre nuevos ámbitos de información corporativa. Se valorará la precisión conceptual, el manejo del lenguaje, la inserción de los temas planteados en la literatura científica y la identificación de áreas de investigación originales.

Evaluación final: La evaluación final consistirá en un examen online mediante la realización de un test en studium/preguntas por videoconferencia/resuelve el examen en un tiempo determinado y nos envía la respuesta escaneada o por imagen

Considerar también la posibilidad de solicitar un proyecto de investigación asociado a la divulgación de información no-financiera que se tendría que enviar por el sistema online indicado anteriormente

Criterios de evaluación

1. Evaluación continua: 60% (los trabajos tendrán igual ponderación en la evaluación final)
2. Evaluación final: 40% ()

Instrumentos de evaluación

Evaluación continua:

Literatura científica sugerida por los profesores sobre la que realizar los trabajos de revisión.

Cada profesor utilizará una rúbrica para evaluar la calidad de la comprensión del conocimiento adquirido por el estudiante en relación a la lectura científica recomendada y los conocimientos y competencias desarrolladas en las clases presenciales y el material online entregado.

Evaluación final:

Test, etc.

Recomendaciones para la evaluación.

Lectura cuidadosa de los artículos propuestos, complementándola si es necesario con lecturas adicionales o consultas al profesor.

Preparar un documento que incluya (a) planteamiento del objetivo general de investigación de los artículos propuestos, conexión con referentes científicos y prácticos, comparación (si procede) de los enfoques con los que se abordan los objetivos en cada artículo, identificación de conceptos y métodos de investigación centrales, evaluación crítica de los planteamientos y resultados y conclusiones de la revisión.

Cuidar la calidad de la redacción y la presentación formal.

Recomendaciones para la recuperación.
Estudiar cuidadosamente las observaciones realizadas por los profesores para la reformulación de los trabajos.

DIRECCIÓN DE OPERACIONES Y DE LA INNOVACIÓN**1.- Datos de la Asignatura**

Código		Plan		ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	1º	Periodicidad	Semestral
Área	Organización de Empresas				
Departamento	Dpto. Administración y Economía de la Empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:				
	URL de Acceso:				

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Javier González Benito	Grupo / s	
Departamento	Dpto. Administración y Economía de la Empresa, Universidad de Salamanca		
Área	Organización de Empresas		
Centro	Facultad de Economía y Empresa, U. Salamanca		
Despacho	116 (FES)		
Horario de tutorías	Bajo petición		
URL Web			
E-mail	javiergb@usal.es	Teléfono	3002

Profesor	Jesús Galende del Canto	Grupo / s	
Departamento	Dpto. Administración y Economía de la Empresa, Universidad de Salamanca		
Área	Organización de Empresas		
Centro	Facultad de Economía y Empresa, U. Salamanca		
Despacho	131 (FES)		
Horario de tutorías	Bajo petición		
URL Web			
E-mail	jgalende@usal.es	Teléfono	6833

Profesor	José Angel Miguel Dávila	Grupo / s	
Departamento	Dpto. de Dirección y Economía de la Empresa, Universidad de León		
Área	Organización de Empresas		
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, U. León		
Despacho	88-2		
Horario de tutorías	Bajo petición		
URL Web			
E-mail	jam.davila@unileon.es	Teléfono	987 291 715

Profesor	Liliana Herrera Enriquez	Grupo / s	
Departamento	Dpto. de Dirección y Economía de la Empresa, Universidad de León		
Área	Organización de Empresas		
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, U. León		
Despacho	104		
Horario de tutorías	Bajo petición		
URL Web			
E-mail	liliana.herrera@unileon.es	Teléfono	987 293 485

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia
Módulo: Investigación Aplicada en Economía de la Empresa Materia: Organización de Empresas
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Dentro de la materia de Organización de Empresas, la asignatura pretende introducir a los alumnos en las principales líneas de investigación dentro de las disciplinas de dirección de operaciones y dirección de la innovación.

3.- Recomendaciones previas

Es conveniente, aunque no estrictamente necesario, que los estudiantes hayan cursado las materias Fundamentos Metodológicos y Fundamentos Teóricos

4.- Objetivos de la asignatura

Dar una visión global de las principales líneas de investigación dentro del campo de la Dirección de Operaciones y la Innovación. Pretende aportar los conocimientos básicos necesarios para desarrollar una tesis doctoral dentro de este campo de investigación. Se abordarán distintos temas de especial relevancia y actualidad relacionados con la temática.

5.- Contenidos

Parte I: Dirección de operaciones

1. Contenido y conceptos básicos de la investigación en dirección de operaciones
2. Estrategia de operaciones
3. Gestión de la calidad y calidad total
4. Sistemas avanzados de producción
5. Operaciones en empresas de servicios

Parte II: Dirección de la Innovación

6. Estrategia innovadora
7. Proceso de innovación
8. Recursos internos para la innovación
9. Entorno de la innovación
10. Investigación práctica en gestión de la innovación

6.- Competencias a adquirir

Transversales.

Competencias específicas de conocimiento

- Conocer el papel estratégico que puede jugar el subsistema operativo en las organizaciones empresariales
- Conocer los principales enfoques teóricos y metodológicos utilizados para el estudio de la dirección de la producción y las operaciones
- Conocer las variables y dimensiones características de los sistemas productivos y de aprovisionamiento más avanzados
- Conocer y distinguir las principales herramientas y enfoques utilizados para la gestión de la calidad en la empresa
- Conocer y comprender el importante papel que la actividad de innovación desempeña dentro de la empresa actual y sus necesidades de investigación
- Conocer la variedad que puede presentar el proceso de innovación de la empresa, en función de la combinación de sus características
- Conocer la relación existente entre diferentes factores internos y externos a la empresa y el proceso de innovación
- Conocer las posibilidades de aplicación de las principales aproximaciones teóricas, metodológicas y fuentes de información al análisis de la innovación

Competencias específicas de habilidad

- Ser capaz de identificar las principales metodologías y fuentes de información a utilizar para investigar un determinado tema en Dirección de Operaciones
- Ser capaz de caracterizar la estrategia productiva de una organización a través de prioridades competitivas y decisiones estructurales e infraestructurales.

- Ser capaz de analizar las implicaciones de los distintos sistemas productivos y de aprovisionamiento y de identificar los aspectos clave en los que difieren
- Ser capaz de distinguir las principales herramientas de gestión de la calidad en la empresa y de abordar el estudio de la implantación de las mismas.
- Ser capaz de identificar vacíos existentes en la literatura sobre innovación como paso previo para realizar una investigación
- Ser capaz de aplicar satisfactoriamente un determinado marco teórico en la resolución de un problema tecnológico
- Ser capaz de encontrar fuentes de información y metodologías adecuadas para la resolución del problema
- Ser capaz de buscar aplicaciones del conocimiento generado para la práctica empresarial

Transversales.

- Desarrollar el razonamiento lógico, el pensamiento creativo y la capacidad para identificar y resolver problemas.
- Mejorar las capacidades de comunicación y trabajo en equipo.
- Incrementar la eficiencia en la búsqueda de información.
- Familiarizar con la literatura científica y los hábitos investigadores.
- Desarrollar un espíritu crítico en la revisión de la literatura.
- Mejorar la capacidad para elaborar y defender argumentos.
- Desarrollar una capacidad para aprender de forma autónoma.
- Mejorar la creatividad en el planteamiento y realización de las investigaciones.

7.- Metodologías docentes

- Sesiones teóricas/expositivas/magistrales, de carácter presencial o virtual, necesarias para la presentación de los contenidos teóricos y fundamentos básicos de la asignatura.
- Sesiones prácticas, de carácter presencial o virtual, necesarias para aplicar a la investigación los conocimientos teóricos adquiridos. Podrán incluir las siguientes prácticas:
 - o Discusión de artículos científicos.
 - o Puesta en común de trabajos de investigación y realizados.
 - o Debates sobre cuestiones de investigación abiertas en la actualidad.
 - o Seminarios sobre líneas de investigación concretas
 - o Presentación y defensa de artículos o propuestas de investigación.
- Trabajo del alumno ligado a las sesiones teóricas y prácticas, de carácter no presencial. Se podrá desarrollar en la forma de:
 - o Lectura de documentación/material de la asignatura.
 - o Búsqueda y lectura de documentación complementaria.
 - o Realización de trabajos individuales y en grupo.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

		Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
		Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales		20	10	30	60
Prácticas	- En aula	10	5	30	45
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática				
	- De campo				
	- De visualización (visu)				
Seminarios, exposiciones y debates		9	4	30	43
Exámenes			2	20	22
TOTAL		39	21	110	150

9.- Recursos**Referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.**

- Álvarez Gil, M.J. (1996): "La Dirección de Operaciones: ¿Qué Es? ¿De Dónde Viene? ¿A Dónde Va?", Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 5, n. 3, pp. 145-162.
- Avella, L., Fernández, E. y Vázquez, C.J. (1999): "Proceso de Planificación y Contenido de la Estrategia de Producción", Papeles de Economía Española, n. 78-79, p. 160-183.
- Cohen, W. y Levin, R. (1989): "Empirical studies of innovation and market structure", en Schmalensee, R. y Willing, R. D. (Eds.): Handbook of Industrial Organization, Vol. II, Elsevier Science Publishers, North-Holland, Amsterdam, 1059-1107.
- Cohen, W. y Levinthal, D. (1990): "Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation", Administrative Science Quarterly, vol. 35, num. 1, 128-152.
- Dosi, G. (1988): "Sources, procedures, and microeconomic effects of innovation", Journal of Economic Literature, vol. 26, Septiembre, 1120-1171.
- Flynn, B.B., Sakakibara, S., Schroeder, R.G., Bates, K.A. y Flynn, E.J. (1990): "Empirical Research Methods in Operations Management", Journal of Operations Management, Vol. 9, n. 2., pp. 250-284.
- Frohlich, M.T. (2002): "Techniques for improving response rates in OM survey research", Journal of Operations Management, Vol. 20, n. 1, pp. 53-62.
- González Benito, J. (1999): "Adaptación de Plantas Japonesas fuera de Japón. Un Caso en España", Revista de Economía y Empresa, Volumen XIII, nº 35, p. 117-136.
- González-Benito, J. y Spring, M. (2000): "JIT Purchasing in the Spanish Auto Components Industry: Implementation Patterns and Perceived Benefits", International Journal of Operations and Production Management, Vol. 20, n. 9, p.1038-1061.
- González-Benito, J. (2007): A Theory of Purchasing's Contribution to Business Performance, Journal of Operations Management, en prensa.(doi:10.1016/j.jom.00002007.02.001)
- Herrera L., Sanchez G. (2012) "Firm Size and innovation policy", International Small Business Journal, In press. doi: 10.1177/0266242611405553
- Herrera, L., Muñoz-Doyague M., Nieto M. (2010), "The mobility of public researchers, scientific knowledge transfer and the firm's innovation process", Journal of Business Research, Vol. 63, pp. 510-518.
- Herrera L., Nieto M. (2008), "The national innovation policy effect according to firm location", Technovation, Vol. 28, pp. 540-550
- Malerba, F. y Orsenigo, L. (1990): "Technological regimes and patterns of innovation: A theoretical and empirical investigation of the Italian case", en Heertje, A. y Perlman, M. (Eds.): Evolving Technology and Market Structure: Studies in Schumpeterian Economics, University of Michigan Press, Ann Arbor, Michigan, 283-305.
- McCutcheon, D.M. y Meredith, J.R. (1993): "Conducting Case Study Research in Operations

- Management", Journal of Operations Management, Vol. 11, n. 3, pp. 239-256.
- Molero, J. y Buesa, M. (1996): "Patterns of technological change among Spanish innovative firms: the case of the Madrid region", Research Policy, vol. 25, num. 4, 647-663.
- Navas, J.E. y Nieto, M. (Eds.) (2003): Estrategias de Innovación y Creación de Conocimiento Tecnológico en las Empresas Industriales Españolas, Civitas, Madrid.
- Nieto, M. (2001): Bases para el Estudio del Proceso de Innovación Tecnológica en la Empresa, Universidad de León, León.
- Pannirselvam, G.P., Ferguson, L.A., Ash, R.C. y Siferd, S.P. (1999): "Operations Management Research: An Update for the 1990s", Journal of Operations Management, Vol 18, n.1, p. 95-112.
- Papke-Shields, K.E., Malhotra, M.K. and Grover, V. (2006): "Evolution in the strategic manufacturing process of organizations", Journal of Operations Management, Vol. 24, n.5, pp. 421-439.
- Pavitt, K. (1984): "Sectoral patterns of technical change: towards a taxonomy and a theory", Research Policy, vol. 13, num. 6, 343-373.
- Sousa, R. y Voss, C.A. (2002): "Quality Management Re-visited: A Reflective Review and Agenda for Future Research, Journal of Operations Management, Vol. 20, n.1, pp. 91-109.

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

El sistema de evaluación es continuo, por lo que se valorará tanto el trabajo del alumno a lo largo del semestre como la prueba final de la asignatura. También se valorará una asistencia continuada a clase

Criterios de evaluación

El sistema de evaluación es continuo, por lo que se valorará tanto el trabajo del alumno a lo largo del semestre como la prueba final de la asignatura. Se repartirá de la siguiente forma:

- Asistencia a clase, participación activa y realización de presentaciones y trabajos: 50%.
- Prueba final de la asignatura: 50%. Resulta necesaria una nota mínima de 5 sobre 10 para superar la asignatura.

Instrumentos de evaluación

- Debates y discusiones
- Trabajos presentados y defendidos
- Prueba final de la asignatura, escrita (**realizada en modalidad a distancia**).

Recomendaciones para la evaluación.

Efectuar un seguimiento continuo de la asignatura, participando en todas las actividades teóricas y prácticas programadas, mediante un trabajo diario por parte del alumno. Por tanto, resulta muy recomendable una continua asistencia a clase.

Recomendaciones para la recuperación.

Sólo será recuperable la prueba final de la asignatura, que tiene un peso del 50 % en el total de la calificación de la asignatura.

CREACIÓN DE EMPRESAS**1.- Datos de la Asignatura**

Código		Plan		ECTS	6
Carácter	OPTATIVA	Curso	1	Periodicidad	CUATRIMESTRAL
Área	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS				
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	NURIA GONZALEZ ALVAREZ	Grupo / s	
Departamento	DIRECCIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA. UNIVERSIDAD DE LEÓN		
Área	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		
Centro	FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES		
Despacho	100		
Horario de tutorías			
URL Web			
E-mail	nuria.gonzalez@unileon.es	Teléfono	987291714

Profesor	NATALIA MARTÍN CRUZ	Grupo / s	
Departamento	DEPARTAMENTO DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS E INVESTIGACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERCADOS. UNIVERSIDAD DE VALLADOLID		
Área	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		
Centro	FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES		
Despacho			
Horario de tutorías			

URL Web			
E-mail	ambiela@eco.uva.es	Teléfono	983423332

Profesor	JUAN HERNANGOMEZ BARAHONA	Grupo / s	
Departamento	DEPARTAMENTO DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS E INVESTIGACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERCADOS. UNIVERSIDAD DE VALLADOLID		
Área	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		
Centro	FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES		
Despacho			
Horario de tutorías			
URL Web			
E-mail	jhernan@eco.uva.es	Teléfono	983423335

Profesor	JUAN BAUTISTA DELGADO	Grupo / s	
Departamento	ECONOMIA Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS. UNIVERSIDAD DE BURGOS		
Área	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		
Centro	FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES		
Despacho			
Horario de tutorías			
URL Web			
E-mail	jbdelgado@ubu.es	Teléfono	947 259 032

Profesor Coordinador	ALMUDENA MARTÍNEZ CAMPILLO	Grupo / s	
Departamento	DIRECCIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA. UNIVERSIDAD DE LEÓN		
Área	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		
Centro	FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES		

Despacho	84-2		
Horario de tutorías			
URL Web			
E-mail	amarc@unileon.	Teléfono	

Repetir análogamente para otros profesores implicados en la docencia

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia
INVESTIGACIÓN APLICADA EN ECONOMÍA DE LA EMPRESA
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Optativa
Perfil profesional.
Ver el perfil de ingreso recomendado en la memoria de verificación del título.

3.- Recomendaciones previas

El alumno debe disponer de los conocimientos básicos sobre las asignaturas metodológicas y teóricas del primer cuatrimestre, especialmente, de las asignaturas Teoría de la Empresa e Investigación en Dirección Estratégica.

4.- Objetivos de la asignatura

Saber llevar a cabo una investigación científica competitiva en Creación de Empresas y planificar adecuadamente las tareas a realizar.

5.- Contenidos

- Introducción a la Creación de Empresas como área de investigación
- Fundamentos de investigación en Creación de Empresas
- El proceso de creación empresarial desde la perspectiva oportunidad-descubrimiento
- Nuevas tendencias de investigación en Creación de Empresas

6.- Competencias a adquirir

Se deben relacionar las competencias que se describan con las competencias generales y específicas del título. Se recomienda codificar las competencias (CG xx1, CEyy2, CTzz2) para facilitar las referencias a ellas a lo largo de la guía.

Básicas /Generales:

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación (CB6).
- Los estudiantes sabrán aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio (CB7).
- Los estudiantes sabrán comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades (CB9).
- Los estudiantes poseerán las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo (CB10).
- Capacidad para trabajar en equipo con investigadores de otras disciplinas en orden a conseguir una habilidad para investigar y resolver problemas del ámbito de la empresa y de su entorno (CG1).

Específicas:

- Capacidad para proponer y diseñar de forma autónoma una investigación científica novedosa y rigurosa centrada en ámbito de la Creación de Empresas así como el dominio de las técnicas de investigación y herramientas metodológicas que son específicas de tal ámbito (CE1).
- Comprender las fuentes de información y los procedimientos de recogida de información habituales en Creación de Empresas tanto a nivel cuantitativo como cualitativo (CE2)
- Identificar sus propias necesidades formativas en términos de investigación y entender la necesidad de conocer los avances científicos que se generen a lo largo del tiempo (CE4)

Transversales:

No se establecen en la memoria.

7.- Metodologías docentes

1. Sesiones teóricas/expositivas/magistrales de carácter presencial o virtual para la presentación de contenidos.
2. Sesiones prácticas de carácter presencial o virtual
 - a. Discusión y resolución de casos prácticos.
 - b. Presentación y defensa de trabajos y ejercicios.
 - c. Seminarios específicos de aplicación de contenidos.
 - d. Sesiones de aplicación de herramientas informáticas.
3. Sesiones de tutorización y seguimiento personalizado del alumno de carácter presencial.
4. Trabajo del alumno ligado a sesiones teóricas/prácticas/tutorización de carácter no presencial
 - a. Lectura de documentación/material de la asignatura.
 - b. Búsqueda y lectura de documentación complementaria.
 - c. Realización de trabajos individuales y en grupo.
 - d. Resolución de casos prácticos y ejercicios.
5. Preparación del examen de la asignatura.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

		Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
		Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales		16	0		16
Prácticas	- En aula				
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática				
	- De campo				
	- De visualización (visu)				
Seminarios					
Exposiciones y debates		2			2
Tutorías			10		10
Actividades de seguimiento online			30,35		30,35
Preparación de trabajos				74,45	74,45
Otras actividades (detallar)					
Exámenes			2	15,2	17,2
TOTAL		18	42,35	89,65	150

9.- Recursos**Libros de consulta para el alumno****Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.**

El material bibliográfico será específico para cada sesión de la asignatura y se proporcionará al comienzo de cada sesión.

10.- Evaluación

Las pruebas de evaluación que se diseñen deben evaluar si se han adquirido las competencias descritas, por ello, es recomendable que al describir las pruebas se indiquen las competencias y resultados de aprendizaje que se evalúan.

Consideraciones Generales**Criterios de evaluación**

La evaluación se basará en:

- Participación del alumno en las sesiones presenciales y los trabajos realizados (50% de la nota final). Permite evaluar todas las competencias.
- Examen final de la asignatura (50% de la nota final). Permite evaluar todas las competencias (**realizada en modalidad a distancia**).

Instrumentos de evaluación

Recomendaciones para la evaluación.
Para la evaluación será condición necesaria una asistencia de al menos al 80% de las sesiones de la asignatura.
Recomendaciones para la recuperación.