

El Plan docente propuesto para el GRADO DE PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA contempla la posibilidad de elegir hasta 78 créditos optativos, lo que supone un total de 13 asignaturas de seis créditos (78) o 10 asignaturas optativas de seis créditos (60 créditos) optativos más 18 créditos en prácticas externas.

El alumno podrá cursar asignaturas optativas de los cinco perfiles ofrecidos, obteniendo el reconocimiento de la especialización en los casos en que curse, al menos, 30 créditos en asignaturas ofrecidas por un perfil (los perfiles corresponden a asignaturas de 3^{er} y 4^o curso)

ANÁLISIS DEL MERCADO DE VALORES Y GESTIÓN DE CARTERAS

1.- Datos de la Asignatura

Código	103947	Plan	239	ECTS	6
Carácter	OPTATIVA	Curso	4º	Periodicidad	Cuatrimestral (1º)
Área	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD				
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA				
Plataforma Virtual	Plataforma:	STUDIUM			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	José Ignacio Pizarro Maderal	Grupo / s	
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA		
Área	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD		
Centro	FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA		
Despacho			
Horario de tutorías	Previa cita por email		
URL Web			
E-mail	nachopizarro@usal.es	Teléfono	

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
Módulo: Inversión Financiera, Finanzas, Banca y Seguros Materia: Finanzas empresariales y de los mercados
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Proporcionar los conocimientos, capacidades y habilidades necesarias para que el alumno conozca los elementos, características y funcionamiento de los Activos Financieros Mercados e Instituciones Financieras, Valoración y Gestión de Carteras
Perfil profesional.
Analista Financiero, Director Financiero, Economista, Profesional de la Empresa Privada, Instituciones de Inversión Financiera, Banca y Seguros

3.- Recomendaciones previas

No existen requisitos excluyentes, pero es recomendable tener un conocimiento previo de Fundamentos de Finanzas / Dirección Financiera

4.- Objetivos de la asignatura

El objetivo es que los alumnos aprendan el funcionamiento general de nuestro Sistema Financiero, conozcan sus productos (Activos Financieros), los intermediarios y los mercados en los que operan. También conocer las funciones de los Bancos Centrales, desarrollo de la Política Monetaria, Banco Central Europeo (BCE) y Sistema Europeo de Bancos Centrales (SEBC).

Se presentará el funcionamiento de las Bolsas de Valores, así Instituciones oficiales de crédito y otros intermediarios financieros, con análisis y comentario de toda la actualidad financiera, tan notoria en los últimos años. Los alumnos desarrollarán distintos trabajos de implementación práctica de los contenidos teóricos explicados en clase

5.- Contenidos

TEMA 1.	PANORAMA DE LAS FINANZAS
TEMA 2.	EL SISTEMA FINANCIERO ESPAÑOL
TEMA 3.	MERCADO DE CAPITALES: MERCADO DE VALORES. FUNCIONAMIENTO Y CARACTERÍSTICAS.
TEMA 4.	TÍTULOS DE RENTA FIJA: CARACTERÍSTICAS y VALORACION DE LAS OBLIGACIONES
TEMA 5.	TÍTULOS DE RENTA VARIABLE: CARACTERÍSTICAS y VALORACION DE LAS ACCIONES
TEMA 6.	RENTABILIDAD y RIESGO: FORMACIÓN DE CARTERAS
TEMA 7.	RENTABILIDAD y RIESGO: VALORACIÓN DE ACTIVOS FINANCIEROS
TEMA 8.	CARACTERÍSTICAS y VALORACION DE OPCIONES

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 Módulo Finanzas, banca y seguros, cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Gestión de Pequeñas y medianas Empresas.

BASICAS:

ESPECIFICAS:

TRANSVERSALES:

7.- Metodologías docentes

- Sesiones teóricas/expositivas/magistrales, de carácter presencial, necesarias para la presentación de los contenidos teóricos y fundamentos básicos de la asignatura.
- Sesiones prácticas, de carácter presencial, necesarias para aplicar a la realidad empresarial los conocimientos teóricos adquiridos. Se desarrollarán en el aula, en forma de:
 - Discusión y resolución de cuestiones de carácter práctico.
 - Puesta en común de casos prácticos.
 - Análisis y resolución de problemas cuantitativos.
 - Debates sobre lecturas aplicadas y noticias de prensa económica.
 - Seminarios para la aplicación de contenidos.
 - Presentación y defensa de trabajos y ejercicios.
- Sesiones de tutorización, de carácter presencial, necesarias para efectuar un seguimiento más personalizado del alumno y orientarle en el desarrollo de la asignatura.

Trabajo del alumno ligado a las sesiones teóricas, prácticas y de tutorización, de carácter no presencial.

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		22,5			22,5
Prácticas	- En aula	22,5			22,5
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática				
	- De campo				
	- De visualización (visu)				
Seminarios					
Exposiciones y debates		4,5			4,5
Tutorías		6	1,5		7,5
Actividades de seguimiento online				15	15
Preparación de trabajos				60	60
Otras actividades (detallar)					
Exámenes		3		15	18
TOTAL		60		90	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

En cuanto a los recursos utilizados, a parte de los audiovisuales de que disponemos en el aula, para temas específicos y de la plataforma Studium que nos proporciona la Universidad de Salamanca, utilizamos medios de simulación on-line, páginas web, correo electrónico, además de manuales y libros de consulta.

Libro de referencia para la preparación de la asignatura:

Pindado García, J. (Dir.) (2012): Finanzas empresariales. Editorial Paraninfo, Madrid.

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

MARTÍN MARÍN, J.L.; TRUJILLO PONCE A. (2004): Manual de Mercados Financieros. Thomson Editores Spain Paraninfo, S.A. Madrid.

PEDROSA M. (2003): Los mercados financieros internacionales y su globalización. Editorial AC. Thomson Editores Spain Paraninfo, S.A. Madrid.

CUERVO, A.; RODRÍGUEZ SAIZ, L.; PAREJO, J.A.; CALVO, A. (1997): Manual del Sistema Financiero Español. Ariel Economía, Barcelona.

TRUJILLO, J.A., CUERVO, C.; VARGAS, F. (1998): El Sistema Financiero Español. Editorial Ariel. Barcelona.

FABOZZI, F. J.; MODIGLIANI, F. (1996): Mercados e Instituciones Financieras. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

MASCAREÑAS PÉREZ, J.; CHACÓN BLANCO, J.E. (1995): Activos y Mercados Financieros. Ed. Pirámide. Madrid.

ONTIVEROS, E.; VALERO, F.J. (1994): Introducción al Sistema Financiero Español. Ed. Cívitas.

DÍEZ, L.T. y MASCAREÑAS, J. (1991): Ingeniería Financiera. La gestión de los mercados financieros internacionales. McGraw-Hill. Serie McGraw-Hill Management.

Hull, J.C. (1996): Introducción a los mercados de futuros y opciones. Prentice Hall, Hemel Hempstead.

Martín Marín, J.L. y Trujillo Ponce, A. (2004): Manual de mercados financieros. Thomson, Madrid.

Mascareñas, J., Lamothe, P., López, F. y Luna W. (2004): Opciones reales y valoración de activos. Prentice Hall.

Miguel Hidalgo, A. (1990): Las decisiones de inversión, financiación y dividendos en la empresa. Universidad de Valladolid, Valladolid.

Suárez Suárez, A.S. (2005): Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa. Ediciones Pirámide, Madrid.

www.bde.es

www.meff.es

www.bbva.es

www.invertia.com
www.finanzas.es
www.ine.com
www.mercadodivisas.rastreador.com
www.ico.es
www.elconfidencial.com/mercados/

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

Al objeto de establecer si se han alcanzado por parte del alumno los objetivos propuestos, se realizará un sistema de evaluación continuo, valorando tanto el trabajo continuado del alumno a lo largo del cuatrimestre como la prueba final de la asignatura.

La asistencia a clase es obligatoria, por lo que si ésta no alcanza el 80%, el alumno no tendrá derecho a la puntuación de la evaluación continua. Sin perjuicio de lo anterior, se valorará la asistencia continuada y la participación constructiva en el desarrollo de las clases.

Criterios de evaluación

La evaluación se efectuará de la siguiente forma:

- Participación activa en clase, en la discusión y resolución de cuestiones de carácter práctico, en la puesta en común de casos prácticos, en el análisis y resolución de problemas cuantitativos, en los debates sobre lecturas aplicadas y noticias de prensa económico-financiera, en los seminarios para la aplicación de contenidos, y en la presentación y defensa de trabajos y ejercicios, así como en la realización de la posible realización de pruebas intermedias: 40%. Dado su carácter de evaluación continua, en ningún caso es recuperable.

Prueba final de la asignatura: 60%. Examen tipo Test. Se efectuará una segunda prueba final para su eventual recuperación.

Instrumentos de evaluación

- Preparación de casos/cuestiones/ejercicios, realización de trabajos (tanto en grupo como de carácter individual), y su discusión, presentación y defensa en las sesiones prácticas y tutorías programadas.
- Prueba final de la asignatura, que será escrita.

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 lo tanto, resulta muy recomendable una continua asistencia a clase.

Recomendaciones para la recuperación.

Sólo se podrá recuperar la prueba final de la asignatura, que tiene un peso del 60% en el total de la calificación de la asignatura.

VALORACIÓN DE EMPRESAS PARA BANCA Y SEGUROS**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103948	Plan	239	ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	1º Semestre
Área	ECONOMIA FINANCIERA Y CONTABILIDAD				
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMIA DE LA EMPRESA				
Plataforma Virtual	Plataforma:	STUDIUM			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesores	ISABEL MATEOS RUBIO (Coordinad.)	Grupo / s	Único
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMIA DE LA EMPRESA		
Área	ECONOMIA FINANCIERA Y CONTABILIDAD		
Centro	(101) FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA		
Despacho	121 Edif. FES		
Horario de tutorías	Previa cita por email		
URL Web			
E-mail	imr@usal.es	Teléfono	923294640. Ext. 3004

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
Módulo: Finanzas, Banca y Seguros Materia: Valoración de Empresas para Banca y Seguros
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Proporcionar los conocimientos y capacidades para que el alumno comprenda y conozca los fundamentos, así como los métodos aplicables en la valoración de empresas, especialmente en el ámbito de la banca y los seguros.
Perfil profesional.
Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

3.- Recomendaciones previas

Tener los conocimientos propios de las asignaturas:

- Fundamentos de Finanzas de carácter obligatorio durante el primer semestre del 2º curso.
- Gestión Financiera de la PYME de carácter obligatorio durante el segundo semestre del 2º curso.
- Matemática Financiera de 3 créditos con carácter obligatorio.

4.- Objetivos de la asignatura

Pretendemos que el alumno comprenda, conozca, analice y cuantifique económicamente todos los aspectos relacionados con la valoración de empresas. Específicamente tendrá que tener capacidad para decidir en aspectos relativos a la identificación y adopción del sistema de valoración más apropiado para cada sector de actividad, así como a las diferentes situaciones en las que se pueda encontrar la empresa. La consecución de los objetivos de esta asignatura debe permitir al alumno saber tomar las decisiones oportunas relacionadas con la valoración de la empresa.

5.- Contenidos

- Tema 1. Conceptos básicos en la valoración de empresas.
- Tema 2. Métodos de valoración clásicos .
- Tema 3. Método de múltiplos específicos según sectores de actividad.
- Tema 4. Métodos de valoración basados en el descuento de flujos de caja.
- Tema 5. Métodos basados en el descuento de dividendos.
- Tema 6. Valoración de la empresa mediante opciones.
- Tema 7. Creación de valor y herramientas para la valoración.
- Tema 8. Valoración de empresas en situaciones específicas.
- Tema 9. Valoración de la riqueza del accionista.

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 Finanzas, Banca y Seguros, cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas. De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Básicas/Generales

1. Conocer y comprender los conceptos utilizados en la valoración de empresas.
2. Saber la teoría financiera básica para la valoración empresarial.
3. Conocer la información económico-financiera necesaria empleada en la valoración.
4. Identificar y analizar los principales métodos de valoración existentes.
5. Adoptar el sistema de valoración más apropiado en cada situación.
6. Aprender los métodos basados en múltiplos.
7. Entender, asimilar y ponderar los métodos basados en el descuento de flujos de caja.
8. Comprender y aplicar el modelo de descuento de dividendos.
9. Conocer y comprender la importancia de los tipos de interés y de la inflación en la valoración.
10. Analizar y determinar el nivel de riesgo como factor relevante en la valoración empresarial.
11. Identificar, conocer y analizar los factores que contribuyen a la creación de valor, así como distintas medidas a aplicar.
12. Identificar las metodologías específicas para la valoración y tasación de activos empresariales según sector de actividad.
13. Estudiar la valoración de marcas e intangibles.
14. Aprender y reconocer la importancia de la estructura de capital en la valoración de empresas.
15. Conocer la valoración de empresas en procesos financieros.
16. Conocer métodos y procedimientos de valoración de la riqueza del accionista.
17. Conocer la valoración de empresas mediante opciones reales.
18. Diferenciar y valorar las diferentes situaciones inciertas o de crisis en las que se puede encontrar una empresa.

Específicas de habilidad

19. Saber interpretar los indicadores económicos que inciden en la valoración actual y futura de la empresa.
20. Saber determinar los flujos de caja, tanto de la empresa como de los diferentes proyectos que se puedan presentar.
21. Saber incluir el riesgo en la determinación del valor de la empresa.
22. Saber valorar la empresa mediante la aplicación de opciones reales.
23. Dado una empresa con unas determinadas características, saber elegir el método más adecuado para valorarla.
24. Saber valorar la riqueza del accionista.

25. Saber elegir el método apropiado en función del sector de actividad y de la situación en que se encuentre la empresa.
26. Capacidad para utilizar las herramientas necesarias para analizar y valorar cualquier empresa, así como para realizar informes de valoración.
27. Saber leer e interpretar la prensa económica y financiera especializada en las anteriores materias de análisis.

Transversales

28. Capacidad para evaluar críticamente los argumentos y adaptar la teoría a la realidad empresarial.
29. Capacidad para analizar y diseñar conclusiones razonadas bien estructuradas, y de una forma más limitada problemas no estructurados, a partir de la información proporcionada y a partir de un conjunto de datos que deben ser recopilados por los estudiantes.
30. Habilidades numéricas, entre otras, la capacidad de manejar datos financieros y otros de orden numérico y aplicar conceptos estadísticos a un nivel apropiado.
31. Habilidades en el uso de las tecnologías de la comunicación y la información para adquirir, analizar y comunicar la información (estas habilidades incluyen el uso de hojas de cálculo, software de procesamiento de textos, paquetes estadísticos estándar; bases de datos electrónicas financieras; Internet y email).
32. Habilidades de comunicación, incluyendo la capacidad de presentar información cuantitativa y cualitativa junto con su análisis, con argumentos y comentarios de forma apropiada para diferentes audiencias.
33. Capacidades para llevar a cabo un aprendizaje independiente y autodirigido.
34. Experiencia de trabajo en grupo desarrollada con normalidad, y otras habilidades inter-personales, con capacidad de presentar los resultados de forma oral y escrita.
35. Habilidad para percibir el proceso global de toma de decisiones y buscar soluciones estratégicas.

7.- Metodologías docentes

La asignatura requiere una dedicación media del alumno de 150 horas (6 créditos), con 45 horas (30%) de dedicación presencial o interacción obligatoria con el profesor y 105 horas (70%) de trabajo por parte del alumno.

Las actividades formativas durante las semanas lectivas (14 primeras semanas del semestre) requerirán 115 horas (77% de la dedicación total; 4,8 créditos), que serán de carácter tanto presencial como no presencial. Las actividades serán:

- Sesiones teóricas/expositivas/magistrales de carácter presencial, necesarias para la presentación de los contenidos teóricos y fundamentos básicos de la asignatura – 15 horas (10% sobre dedicación total; 0,6 créditos) – cubre las competencias específicas de conocimiento.
- Sesiones prácticas de carácter presencial necesarias para aplicar a la realidad empresarial los conocimientos teóricos adquiridos – 22,5 horas (15% sobre dedicación total; 0,9 créditos) – cubre las competencias específicas de habilidad. Se desarrollarán en el aula, en forma de:
 - Discusión y resolución de cuestiones de carácter práctico.
 - Puesta en común de casos prácticos.
 - Análisis y resolución de problemas cuantitativos.
 - Debates sobre lecturas aplicadas y noticias de prensa económica.
 - Seminarios para la aplicación de contenidos.
 - Presentación y defensa de trabajos y ejercicios.
- Seminarios específicos de aplicación de contenidos, exposiciones, debates y sesiones de tutorización, de carácter presencial, necesarias para efectuar un seguimiento más personalizado del alumno y orientarle en el desarrollo de la asignatura y seguimiento personalizado del alumno de carácter presencial – 4,5 horas (3% sobre dedicación total; 0,18 créditos) – cubre todas las competencias.
- Evaluación intermedia del trabajo del alumno, de carácter presencial, a realizar de manera periódica a lo largo de la asignatura.
- Evaluación final de la asignatura – 3 horas (2% sobre la dedicación total, con 0,12 créditos) de carácter presencial, como complemento de la evaluación continua, con sus consiguientes tutorías de apoyo.
- Trabajo del alumno ligado a sesiones teóricas/prácticas/seminarios/tutorización y preparación de trabajos de carácter no presencial – 75 horas (52% sobre dedicación total; 3 créditos) – cubre todas las competencias.
 - Lectura de documentación/material de la asignatura.
 - Búsqueda y lectura de documentación complementaria.
 - Realización de trabajos individuales y en grupo.
 - Resolución de casos prácticos y ejercicios.
- Adicionalmente, la asignatura requiere una dedicación del alumno durante el periodo de exámenes

(3 últimas semanas del semestre) de 33 horas (20% de la dedicación total; 1,2 créditos), con 3 horas de carácter presencial para la realización de las pruebas de examen y 30 horas de carácter no presencial para la preparación de dichas pruebas.

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	15		7,5	22,5
Prácticas	- En aula	22,5		22,5
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)			
Lecturas y Seminarios.			10	10
Exposiciones y debates			8,5	8,5
Tutorías programadas	1,5		3	4,5
Casos prácticos			25	25
Actividades de seguimiento online				
Preparación de trabajos			15	15
Otras actividades: Tutorías no programadas	3		6	9
Exámenes	3		30	33
TOTAL	45		105	150

9.- Recursos

Bibliografía

- Brilman, J. (1990): *Manual de Valoración de Empresas*. Ed. Díaz de Santos.
- Brealey, R.A., Myers, S.C. y Marcus, A.J. (2004): *Fundamentos de finanzas corporativas*. 4ª edición, McGraw-Hill, Boston.
- Caballer, V. (1998): *Métodos de Valoración de Empresas*. Ed. Pirámide. Madrid
- Cantalapiedra, M. (2004): *Como Gestionar la Relación de su Empresa con los Bancos*. FC Editorial.
- Fernández, P. (2008): *Valoración de Empresas*. Ed. Deusto
- Fernández, P. (2008): *Métodos de Valoración de Empresas*. IESE Business School. Universidad de Navarra
- Hillier, D.; Ross, S.; Westerfield, R., Jaffe, J. y Jordan, B. (2010): *Corporate finance*. European Edition, McGraw-Hill.
- López Lubian F.J.; Luna Butz W. de (2001): *Valoración de Empresas en la Práctica*. McGraw-Hill Interamericana.
- Martín, M. y Martínez, P. (2000): *Casos Prácticos de Dirección Financiera*. Ed. Pirámide
- Martín Marín, J. L.; Trujillo Ponce, A. (2000): *Manual de Valoración de Empresas*. Ed. Ariel, Madrid
- Rojo Ramírez, A. F. (2008): *Valoración de Empresas y Gestión Basada en Valor*. Ed. Paraninfo. Madrid
- Rodríguez, A. e Iturralde, T. (2008): *Modelización Financiera Aplicada: Modelos de Planificación Financiera con Excel*. Delta Publicaciones.
- Ross, S. A.; Westerfield, R. W. y Jaffe, J. F. (2000): *Finanzas Corporativas*. McGraw-Hill. México.
- Santandreu, E. (1990): *Manual Práctico de Valoración de Empresas*. Ed. Gestión 2000. Barcelona
- Santandreu, E.; Pol Santandreu i Gràcia (1998): *Valoración, venta y adquisición de empresas: técnicas y modelos de valoración, financiación LBO y MBO, recomendaciones para vender empresas, ventas y adquisiciones públicas OPA y OPV*. Ed. Gestión 2000. Barcelona
- Suarez, A. S. (2003): *Decisiones Óptimas de Inversión y Financiación en la Empresa*. Ed. Pirámide, Madrid.
- Tomás, J.; Amat, O. y Esteve, M. (1999): *Cómo Analizan las Entidades Financieras a sus Clientes*. Gestión 2000.
- Vélez Pareja, I. (2006): *Decisiones de Inversión para Valoración Financiera de Proyectos y Empresas*. Ed. Pontificia Universidad Javeriana
- Viñolas Serra, P.; Adserá, X. (2003): *Principios de Valoración de Empresas*. Ed. Deusto.

Lecturas recomendadas

Se indicarán, en su caso, para cada uno de los temas las lecturas de artículos publicados relacionados directamente con la materia que se aborda.

10.- Evaluación**Consideraciones Generales**

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

La asistencia a clase es obligatoria y por lo tanto si ésta no alcanza el 80%, el alumno no tendrá derecho a la puntuación de la evaluación continua. Sin perjuicio de lo anterior, se valorará la asistencia continuada y la participación activa en el desarrollo de las clases.

Criterios de evaluación

La **prueba final** será el 60% de la nota final, mientras que el 40% de la nota final corresponde a la **evaluación continua**. La evaluación se efectuará de la siguiente forma:

- Participación activa en clase tendrá una ponderación sobre la nota final del 40% y consistirá básicamente en la discusión y resolución de cuestiones práctico, en análisis y resolución de problemas cuantitativos, en debates sobre lecturas aplicadas y noticias de prensa económico-financiera y en la presentación y defensa de trabajos y ejercicios, así como en la realización de pruebas intermedias necesarias, que se podrán realizar aleatoriamente al finalizar las clases. Dado su carácter de evaluación continua, en ningún caso es recuperable.
- Prueba final de la asignatura con una ponderación del 60%, en la cual será necesario una nota mínima de 5 sobre 10 para superar la asignatura. Se efectuará una segunda prueba final para su eventual recuperación.

Instrumentos de evaluación

La nota de la evaluación continua se contabilizará a partir de:

- Casos prácticos.
- Controles (realizados aleatoriamente al finalizar las clases).
- Ejercicios propuestos.
- Presentación de trabajos
- Colaboración en seminarios.
- Participación del alumno en clase, debates, etc.

La nota de la prueba final se valorará a través de un examen que incluirá parte teórica y parte práctica.

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 lo que resulta recomendable la asistencia continuada a clase.

Recomendaciones para la recuperación.

Sólo se podrá recuperar la prueba final de la asignatura, que tiene un peso del 60% en el total de la calificación de la asignatura.

MARKETING FINANCIERO

1.- Datos de la Asignatura

Código	103949	Plan	239	ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	Semestral
Área	Comercialización e Investigación de Mercados				
Departamento	Administración y Dirección de Empresas				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:				

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Martín García Martín	Grupos	1
Departamento	Administración y Dirección de Empresas		
Área	Comercialización e Investigación de Mercados		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	302		
Horario de tutorías	Lunes 09:00h. a 10:00 h.		
URL Web	http://diarium.usal.es/mgarcia/		
E-mail	mgarcia@usal.es	Teléfono	923294500-3515

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
Módulo: Finanzas, Banca y Seguros Materia: Banca y Seguros
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Facilitar los conocimientos necesarios para la comercialización de productos financieros.
Perfil profesional.
Comercial de productos financieros.

3.- Recomendaciones previas

Conocimientos previos de Fundamentos de Marketing, Gestión Comercial de la PYME, Comportamiento del consumidor, Comercio electrónico, Fundamentos de Finanzas y Productos Financieros.

4.- Objetivos de la asignatura

Aprender a resolver problemas comerciales de productos financieros, tomar decisiones estratégicas para alcanzar los objetivos del plan de marketing de la empresa

5.- Contenidos

TEMA 1.- El sector financiero.
 TEMA 2.- El marketing financiero. Planteamiento general.
 TEMA 3.- Comportamiento del consumidor financiero.
 TEMA 4.- Investigación Comercial en el mercado financiero
 TEMA 5.- Segmentación y posicionamiento en el mercado financiero.
 TEMA 6.- Política de Producto: Los productos y servicios financieros.
 TEMA 7.- Política de Precio: Los precios en el sector financiero.
 TEMA 8.- Política de Distribución: La distribución en el sector financiero.
 TEMA 9.- Política de Comunicación: La comunicación comercial en el sector financiero.
 TEMA 10.- El plan de marketing financiero.
 TEMA 11.- La calidad del servicio en el sector financiero.

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 Módulo Finanzas, Banca y Seguros, cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas. De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Básicas/Generales.

Las generales de Grado.

Específicas.

Competencias específicas de conocimiento

- C.E.1. Conocer los conceptos básicos de la comercialización e investigación de mercados en el sector financiero. (A1)
- C.E.2. Conocer el funcionamiento de los flujos de información relacionados con los distintos ámbitos de mercado. (A3 y A19)
- C.E.3. Conocer y comprender el comportamiento del consumidor financiero, tanto individual como de organizaciones. (A11)
- C.E.4. Conocer los conceptos de segmentación y posicionamiento, mercado, competencia y demanda en la actividad del sector financiera. (A12 y A13)
- C.E.5. Conocer las principales herramientas del marketing: política de producto, política de precio, política de distribución y política de comunicación. (A5, A7, A14 y A21)

Competencias específicas de habilidad

- C.E.6. Saber analizar las características inherentes a la comercialización de los servicios. (B1 y B10)
- C.E.7. Saber integrar los conceptos básicos del marketing financiero en los procesos de planificación, implementación y control de la estrategia de una organización. (B2)
- C.E.8. Saber identificar los principales actores que se desenvuelven en el escenario competitivo en el que se desarrolla la actividad en el sector financiero. (B5 y B15)
- C.E.9. Saber utilizar las principales herramientas del marketing como instrumentos para la toma de decisiones como profesionales del sector financiero. (B15)
- C.E.10. Saber trabajar en la cadena de valor, a partir de los conceptos de marketing aprendidos, para mejorar los niveles de satisfacción de los clientes. (B16)

Transversales.

- CT1. Capacidad de organizar y planificar el trabajo de grupo. (C16 y C27)
- CT2. Capacidad de organizar y planificar el trabajo autónomo. (C23)
- CT3. Habilidad de elaborar informes basados en argumentos coherentes con las aportaciones teóricas y la evidencia empírica disponible, tanto histórica como actual. (C6 y C24)
- CT4. Capacidad de comunicar de forma coherente, convincente y eficaz, tanto oralmente como por escrito, utilizando formatos adaptados a las posibilidades de comprensión de la audiencia a la que nos dirigimos. (C16, C19, C20 y C25)
- CT5. Capacidad crítica respecto a las fuentes de información utilizadas y los conocimientos transmitidos. (C8, C10, C24 y C26)

7.- Metodologías docentes

La asignatura requiere una dedicación media del alumno de 150 horas (6 créditos), con 45 horas (30%) de dedicación presencial o interacción obligatoria con el profesor, y 105 horas (70%) de trabajo por parte del alumno.

Incluye las siguientes actividades:

- Sesiones teóricas /expositivas /magistrales de carácter presencial.
- Sesiones prácticas de carácter presencial.
 - Discusión y solución de casos prácticos.
 - Desarrollo de ejercicios.
- Sesiones de tutorización y seguimiento personalizado del alumno de carácter presencial.
- Otras actividades complementarias de carácter teórico-práctico.
- Trabajo del alumno ligado a las sesiones teórico-prácticas no presencial. Esto es:
 - Lectura de documentación / material de la asignatura.
 - Búsqueda de lectura de documentación complementaria.
 - Realización de trabajos.
 - Resolución de casos prácticos y ejercicios.
 - Otras actividades que se programen en 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	14		30	44
Prácticas	- En aula	21	45	66
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)			
Seminarios				
Exposiciones y debates				
Tutorías	1			1
Actividades de seguimiento online				
Preparación de trabajos			5	5
Otras actividades (detallar)	5		5	10
Exámenes	4		20	24
TOTAL	45		105	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

Barrutia Legarreta, J. M. (2002) Marketing Bancario en la era de la Información. Editorial Pirámide.
 Castelló Muñoz, E. (2007): Gestión Comercial de Servicios Financieros. ESIC.
 Donnelly, J. y otros. (1989): Marketing de Servicios Financieros. Díaz de Santos.
 Embid Herranz, Pedro y otros. (1998): Marketing Financiero. McGraw Hill.
 McGoldrick. P. y otros (1996): Comercialización de Servicios Financieros. McGraw Hill.
 Moroy, F. y otro (2011) Banca Comercial, Esic.
 Sarro Álvarez, M. M. (2001) Marketing de las Cajas de Ahorro. Editorial Pirámide.
 Surdandas, A. (2005) Marketing Financiero. McGraw Hill.
 Teruel Sierra, M. (1995): Marketing Financiero y de servicios de la Oficina Bancaria. Publicaciones Universidad Pontificia Comillas.

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.

<p>Consideraciones Generales</p> <p>El sistema de evaluación comprende:</p> <p style="text-align: center;">EVALUACIÓN CONTINUA Y PRUEBA FINAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - La calificación de la evaluación continua será un 40% de la nota final. - La prueba final será un 60% de la nota final. - Se exigirá un mínimo de 5 puntos sobre 10 en la prueba final para poder optar a superar la asignatura (realizar la media ponderada). Si el alumno no obtuviera ese mínimo, se le pondrá como calificación la nota de la prueba final (sin hacer la media ponderada). <p>El objetivo de evaluación es medir las competencias de los alumnos, mencionadas anteriormente, que ayuden a la toma de decisiones.</p>
<p>Criterios de evaluación</p> <p>La evaluación continua comprenderá (40% de la nota final):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Controles regulares efectuados durante el semestre. - Trabajo desarrollado por el alumno - Participación activa del alumno en clase: debates, participación, etc. <p>La prueba final comprenderá (60% de la nota final):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un examen teórico-práctico tipo test.
<p>Instrumentos de evaluación</p> <p>Controles de conocimiento a lo largo de semestre, participación en clase, trabajos a resolver individualmente por el alumno y examen final.</p>
<p>Recomendaciones para la evaluación.</p> <p>Realizar un seguimiento de la materia a través del trabajo personal utilizando los recursos recomendados.</p>
<p>Recomendaciones para la recuperación.</p> <p>Detectar y analizar los errores cometidos y subsanarlos.</p>

11.- Organización docente semanal (Adaptar a las actividades propuestas en cada asignatura)

SEMANA	Materia Sesiones teóricas	Materia Sesiones prácticas	Materia Exposiciones y Seminarios	Materia Tutorías Especializadas	Control de lecturas obligatorias	Evaluaciones presenciales /No presenciales	Otras Actividades
1	Tema 1	P1					
2	Tema 1	P1					
3	Tema 2	P2					
4	Tema 3	P2					
5	Tema 4	P3				Control	
6	Tema 5	P3		Tutoría			
7	Tema 6	P4					
8	Tema 7	P5					
9	Tema 8	P5					
10	Tema 8	P6					
11	Tema 9	P6					
12	Tema 9	P7				Control	
13	Tema 10	P7		Tutoría			
14	Tema 11	P8					
15						Examen	
16						Examen	
17						Examen	
18						Examen	

CONTABILIDAD SUPERIOR**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103950	Plan		ECTS	6
Carácter	OPTATIVA	Curso	4ª	Periodicidad	Cuatrimestral
Área	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD				
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Raquel García Rubio	Grupo / s	único
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Economía financiera y contabilidad		
Centro	Facultad de economía y empresa		
Despacho	106		
Horario de tutorías	Consultar previamente con el profesor		
URL Web			
E-mail	rgr@usal.es	Teléfono	3134

Profesor	Doroteo Martín Jiménez	Grupo / s	único
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Economía financiera y contabilidad		
Centro	Facultad de economía y empresa		
Despacho	128		
Horario de tutorías	Consultar previamente con el profesor		
URL Web			
E-mail	dororteo@usal.es	Teléfono	3007

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
Contabilidad
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Conocer y comprender en una fase más detallada las normas para la elaboración de los estados contables.
Perfil profesional.
Grado en Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas.

3.- Recomendaciones previas

Es recomendable haber superado las siguientes asignaturas dentro del Plan de Estudios: Asignatura: FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD.
Asignatura: CONTABILIDAD PARA PYMES. Asignatura: CONTABILIDAD DE COSTES.

4.- Objetivos de la asignatura

La asignatura pretende aportar al alumno un conocimiento y comprensión de las normas para la elaboración de los estados contables que conforman las cuentas anuales, los criterios y normas de valoración aplicables a las operaciones económicas, así como las normas contables relacionadas con la contabilización del Impuesto Sobre Sociedades.

5.- Contenidos

1. Introducción. Marco Conceptual
2. Inmovilizado Material
3. Inmovilizado Intangible
4. Arrendamientos y otras Operaciones de naturaleza similar.
5. Instrumentos Financieros.
6. Existencias, compras, ventas y prestación de servicios.
7. Moneda extranjera
8. Subvenciones, donaciones y legados
9. IVA e Impuesto sobre Beneficios.
10. Patrimonio neto
- 11 Estados de Cambios en Patrimonio Neto y Estado de Flujos de Efectivo

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 y Fiscalidad cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Gestión de Pymes.
De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Específicas.
<p>Competencias específicas de conocimiento.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Conocer y comprender las normas para la elaboración de los estados contables que conforman las cuentas anuales. 2) Conocer y comprender los criterios y normas de valoración aplicables a las operaciones económicas (elementos patrimoniales profundizando en la comprensión de los aspectos más complejos que afectan a operaciones específicas). 3) Conocer en profundidad y comprender las normas contables relacionadas con la contabilización del Impuesto Sobre Sociedades. <p>Competencias específicas de habilidad</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saber elaborar los estados financieros que forman las cuentas anuales, con especial atención al ECPN y el EFE. 2. Saber aplicar los criterios y normas de valoración recogidos en la normativa contable, con especial atención a las operaciones menos habituales y más complejas que puede realizar la empresa. 3. Saber identificar las fases para realizar la correcta liquidación del impuesto sobre sociedades. 4. Saber identificar, valorar y contabilizar las operaciones que dan lugar a gastos e ingresos imputados al patrimonio neto. 5. Saber identificar situaciones de suspensión de pagos y de quiebra.
Transversales.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tener capacidad para evaluar críticamente los argumentos y adaptar la teoría a la realidad empresarial. 2. Tener capacidad para analizar y diseñar conclusiones razonadas bien estructuradas y, de una forma más limitada, problemas no estructurados a partir de un conjunto de datos proporcionados y a partir de datos que deben ser adquiridos por los estudiantes. 3. Habilidades en el uso de las tecnologías de la comunicación y la información para adquirir, analizar y comunicar la información. 4. Habilidades de comunicación, incluyendo la capacidad de presentar información cuantitativa y cualitativa junto con su análisis, con argumentos y comentarios de forma apropiada para diferentes audiencias. 5. Capacidades para llevar a cabo un aprendizaje independiente y autodirigido. <p>Experiencia de trabajo en grupo desarrollada con normalidad, y otras habilidades interpersonales, con capacidad de presentar los resultados de su trabajo de forma oral y escrita.</p>

7.- Metodologías docentes

1. Sesiones magistrales/ presenciales.
2. Sesiones prácticas en aula que requieren horas de trabajo autónomo del alumnado.
3. Tutorías planificadas.
4. Examen de conocimientos adquiridos.

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	18		23	41
Prácticas	- En aula	18	30	48
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)			
Seminarios			15	15
Exposiciones y debates				
Tutorías	7		7	14
Actividades de seguimiento online				
Preparación de trabajos			10	10
Otras actividades (detallar)				
Exámenes	2		20	22
TOTAL	45		105	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno
Todo el material de apoyo se facilitará al principio de la asignatura
Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.
Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad, BOE 20 de noviembre de 2007.
Real Decreto 1515/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad de Pequeñas y Medianas Empresas y los criterios contables específicos para microempresas.

10.- Evaluación

Consideraciones Generales
Serán objeto de evaluación los conocimientos teóricos y prácticos asimilados por el alumno.
Criterios de evaluación
El examen final constituye el 60% de la nota final de la asignatura, y el 40% restante corresponde a la evaluación continua.
Instrumentos de evaluación
Asistencia en clase, elaboración de trabajos en equipo y examen.
Recomendaciones para la evaluación.
Actitud participativa en clase y asimilación de conceptos teóricos y prácticos.
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.

ASESORAMIENTO DE PYMES**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103951	Plan		ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	Semestral
Área	Economía Financiera y Contabilidad				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Campus Virtual Studium			
	URL de Acceso:				

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Ana Sánchez Moya	Grupo / s	1
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Economía Financiera y Contabilidad		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	008 Edificio FES		
Horario de tutorías	Consultar previamente con el profesor		
URL Web			
E-mail	anasmoya@usal.es	Teléfono	923294500 Ext. 3203

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

Bloque formativo al que pertenece la materia	Contabilidad y fiscalidad
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.	Se encuadra dentro de la materia de consultoría, como asignatura optativa en materia contable y fiscal
Perfil profesional.	Futuros profesionales del ámbito laboral, económico y jurídico.

3.- Recomendaciones previas

Tener conocimientos de Contabilidad y Derecho Mercantil

4.- Objetivos de la asignatura

Tras el estudio de la asignatura, el alumno deberá ser capaz de:

- Plantear un plan de negocio y tener una serie de directrices para analizar, a grandes rasgos, la viabilidad de proyectos empresariales

- Realizar la mayoría de los trámites administrativos vinculados a las obligaciones contables y fiscales
- Plantear diversas alternativas de financiación para una PYME
- Interpretar adecuadamente la situación patrimonial de una PYME
- Conocer la normativa que regula la elaboración y emisión de información económico-financiera y sus implicaciones en las obligaciones empresariales
- Aplicar diversos métodos de valoración de empresas aplicables a PYMES
- Plantear la liquidación de una PYME, así como conocer los procedimientos legales para ello
- Conocer y saber utilizar diversas herramientas de información para PYMES

5.- Contenidos

TEMA 1: ASESORÍA SOBRE LA CREACIÓN DE UNA PYME. PLANTEAMIENTO ECONÓMICO
 TEMA 2: ASESORÍA SOBRE LA CREACIÓN DE UNA PYME. PLANTEAMIENTO JURÍDICO
 TEMA 3: ASESORÍA SOBRE LA CREACIÓN DE UNA PYME. LANZAMIENTO DEL NEGOCIO
 TEMA 4: ASESORÍA SOBRE LA FINANCIACIÓN DE PYMES.
 TEMA 5: ASESORÍA SOBRE EL PROCESO CONTABLE Y LAS OBLIGACIONES DEL EMPRESARIO
 TEMA 6: ASESORÍA SOBRE EL ANÁLISIS DE CUENTAS
 TEMA 7: ASESORÍA SOBRE LA VALORACIÓN DE EMPRESAS
 TEMA 8: ASESORÍA SOBRE LA LIQUIDACIÓN DE PYMES. PROCEDIMIENTO CONCURSAL.
 TEMA 9: HERRAMIENTAS DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN PARA PYMES

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 y Fiscalidad cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas. De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Básicas/Generales.
Capacidad de análisis y síntesis / Capacidad de organización y planificación / Capacidad de gestión de la información / Resolución de problemas / Toma de decisiones
Transversales.
Trabajo en equipo
Razonamiento crítico
Compromiso ético
Aprendizaje autónomo
Iniciativa y espíritu emprendedor
Específicas.

Conocer la estructura y contenido de la información de síntesis o Cuentas Anuales como instrumento de comunicación de la información económico-financiera que genera la empresa y su importancia en el entorno empresarial

Conocer la normativa que regula la elaboración y emisión de la información económico-financiera y sus implicaciones en las obligaciones empresariales

Conocer y comprender los criterios para seleccionar correctamente las técnicas y los procedimientos necesarios para asesorar sobre la solución de problemas empresariales específicos

7.- Metodologías docentes

Actividades introductorias
 Sesiones magistrales de carácter presencial para la presentación de contenidos teóricos de la asignatura.
 Sesiones prácticas organizadas en grupos de trabajo
 Trabajo del alumno ligado a las sesiones teórico-prácticos
 Seminarios

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	15		10	25
Prácticas	- En aula	20	15	35
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)			
Seminarios			8	8
Exposiciones y debates			20	20
Tutorías	2			2
Actividades de seguimiento online				
Preparación de trabajos	5		25	30
Otras actividades (detallar)				
Exámenes	3		27	30
TOTAL	45		105	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

Brealey, R., Myers, S. y Marcus, A. (2007): *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. Ed. McGraw-Hill, Madrid.

Castro, I. y Rufino, J.I. (2010): *Creación de empresas para emprendedores*. Editorial Pirámide.

Cuervo, A. (2008): *Introducción a la Administración de Empresas*. Ed. Thomson, Civitas, Navarra.

Font, J. y Elvira, O. (2001): *Presupuestos, Planes Financieros y Estudios de Viabilidad*. Editorial Gestión 2000.

Gómez Gras. J.M. y otros (2012): *Manual de casos sobre creación de empresas en España*. Editorial McGraw Hill.

López Lubián, F.J. (2007): *Casos prácticos de finanzas corporativas*. Editorial Thomson.

Muñoz Merchante, A. (2009): *Análisis de Estados Financieros*. Teoría y Práctica. Ediciones Académicas, Madrid.

Priede, T. y otros (2010): *Creación y desarrollo de empresas*. Editorial Pirámide.

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

Ley de Sociedades de Capital (2010)

Normativa legal sobre creación de empresas

Normativa legal sobre liquidación de empresas

Normativa legal sobre el proceso contable

www.ipyme.org

<http://www.icac.meh.es/>

www.aeat.es

www.jcyl.es

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

Se combinará una evaluación continua con una evaluación final de las competencias alcanzadas.

Criterios de evaluación

Para superar la asignatura, el alumno deberá haber alcanzado un grado razonable de desarrollo en lo que respecta al punto 4 expuesto anteriormente (Objetivos de la asignatura)

Instrumentos de evaluación

Se utilizarán tanto medios informáticos como medios tradicionales en la evaluación de la asignatura.

El sistema de evaluación será mixto y su valoración se establece en los siguientes términos:

40% de la calificación final: se obtendrá a partir de diversos trabajos realizados por el alumno, con el fin de comprobar la aplicación concreta y práctica de los conocimientos y destrezas desarrolladas y se ponderará la asistencia a clase.

60% de la calificación final: se obtendrá a partir de un examen final, de carácter teórico-práctico

Recomendaciones para la recuperación.

El profesor dará las pautas de forma particular a cada alumno, en función de los fallos o carencias detectados en la convocatoria ordinaria

FISCALIDAD DE LAS PYMES**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103952	Plan	239	ECTS	6
Carácter	OP	Curso	4º	Periodicidad	Semestral
Área	Derecho Financiero y Tributario.				
Departamento	Derecho Administrativo, Procesal, y Financiero-Tributario.				

Datos del profesorado

Profesor coordinador	Profª Mª Silvia Velarde Aramayo (velar@usal.es).		Grupo	Único.
Profesor responsable docente:	Prof. José Antonio Chamorro Zarza.		Grupo	Único.
Departamento	Derecho Administrativo, Procesal, y Financiero-Tributario.			
Área	Derecho Financiero y Tributario.			
Centro	Facultad de Economía y Empresa.			
Despacho	Edificio de la Facultad de Derecho, despacho nº 290.			
Horario de tutorías	El alumno solicitará cita previa por e-mail.			
E-mail	jachyz@usal.es	Teléfono	923-294400 ext. 1649.	

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

Bloque formativo al que pertenece la materia	La asignatura pertenece al módulo "Contabilidad y Fiscalidad".
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.	La asignatura forma parte de la materia "Consultoría" y busca que los futuros Graduados puedan asesorar a las pequeñas y medianas empresas en materia tributaria.
Perfil profesional.	Graduados en pequeñas y medianas empresas.

3.- Recomendaciones previas

"Fiscalidad de la Empresa", asignatura obligatoria de 2º curso.

4.- Objetivos de la asignatura

Que el alumno conozca perfectamente el tratamiento tributario previsto para las PYMES y sea capaz de asesorar a las mismas en todo lo relativo a la imposición estatal, autonómica y local.

Que el alumno conozca y maneje adecuadamente los procedimientos de gestión, recaudación e inspección tributaria previstos por la legislación española, así como también los Recursos de revisión contra los actos de la Administración Tributaria.

5.- Contenidos

Tema 1. Tratamiento de las PYMES en el impuesto sobre sociedades.
 Tema 2. Tratamiento de las PYMES en el impuesto a la renta de las personas físicas.
 Tema 3. La transmisión de la empresa familiar y sus consecuencias tributarias.
 Tema 4. Tratamiento de las PYMES en el impuesto al valor añadido.
 Tema 5. La imposición sobre consumos especiales y las PYMES.
 Tema 6. La imposición autonómica. Especial referencia a Castilla y León.
 Tema 7. La imposición municipal. Impuestos obligatorios y potestativos.
 Tema 8. La gestión, recaudación, e inspección de tributos.
 Tema 9. Recursos contra los actos de la Administración Tributaria.

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 correspondiente cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en PYMES.

De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Básicas/Generales.

CG1. Conocer y comprender la legislación tributaria dedicada a las PYMES.
 CG2. Conocer y comprender las ventajas y desventajas que conllevan los tratamientos diferenciales previstos para las pequeñas y medianas empresas.
 CG3. Conocer y comprender los impuestos autonómicos y municipales.
 CG4. Conocer los procedimientos de gestión, recaudación e inspección tributaria.
 CG5. Conocer los Recursos de revisión de los actos de la Administración Tributaria.

Específicas.

CE1. Saber diseñar la política fiscal de la empresa, entender el impacto tributario de las decisiones empresariales.
 CE2. Ser capaz de asistir a las empresas en los procedimientos ante los órganos de gestión, recaudación e inspección tributaria.
 CE2. Conocer las obligaciones formales que deben cumplir las PYMES en materia tributaria.
 CE3. Ser capaz de poner en marcha y gestionar adecuadamente un despacho profesional dedicado al asesoramiento tributario de pequeñas y medianas empresas.
 La consecución de estas competencias contribuye a desarrollar las demás competencias transversales recogidas en la Memoria del Grado en Pequeñas y Medianas Empresas.

Transversales.

CT1. Habilidad para el pensamiento abstracto, análisis y síntesis.
 CT2. Habilidad para aplicar el conocimiento en situaciones prácticas
 CT3. Habilidad para planificar y gestionar el tiempo.
 CT4. Capacidad para aprender de forma autónoma.
 CT5. Habilidad para investigar, procesar y analizar la información.
 CT6. Habilidad para ser crítico y autocrítico.
 CT7. Habilidad para adaptarse y actuar ante situaciones nuevas.
 CT8. Habilidad para identificar, plantear y resolver un problema.
 CT9. Habilidad para comunicarse con expertos de otros campos.
 CT10. Habilidad para actuar sobre la base del razonamiento ético.
 La consecución de estas competencias contribuye a desarrollar las demás competencias transversales recogidas en la Memoria del Grado en Pequeñas y Medianas Empresas.

7.- Metodologías docentes

La metodología consiste en combinar las siguientes actividades:

1º Clases teóricas. El profesor explica los aspectos sustanciales o más relevantes de cada tema apoyándose en esquemas y guiones sobre el contenido, la estructura y el funcionamiento de cada impuesto. Se trasmite al alumno los aspectos teóricos necesarios para comprender cada figura tributaria.

2º Clases prácticas. El profesor resuelve los supuestos prácticos, es decir, enseña cómo realizar la *liquidación* del impuesto que se ha explicado en la clase teórica. Con este tipo de clases, se busca que el

alumno aplique los conocimientos teóricos al ejercicio propuesto.

3º Estudio de casos: El profesor selecciona una serie de casos que el alumno debe estudiar pues le enseñarán a comprender los problemas tributarios que se presentan en la realidad. Se busca que el alumno relacione los conocimientos teórico-prácticos adquiridos con aquellas situaciones que se presentan en el contexto empresarial, y entienda la complejidad conceptual, interpretativa y de aplicación práctica que plantean las normas jurídico-tributarias.

4º Control de lecturas: El profesor verifica que el alumno ha leído y comprendido los casos y textos seleccionados. Para ello, se realizarán dos controles de lectura en los cuales el alumno deberá responder a las preguntas o problemas propuestos por el profesor. Estos controles forman parte del proceso de evaluación continua.

5º Trabajo autónomo del alumno: El alumno debe completar el proceso de enseñanza mediante el auto-aprendizaje, es decir, debe estudiar la legislación y bibliografía dedicada a cada uno de los temas que se han explicado en las clases, tanto teóricas como prácticas.

6º Sesiones de tutorización: Una vez que han finalizado las clases, el profesor resuelve las dudas planteadas por los alumnos, reforzando la explicación de aquellos aspectos difíciles o problemáticos.

7º Evaluación final: El profesor prepara un examen final que el alumno debe superar. La prueba consta de dos partes: una teórica y otra práctica.

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	18		36	54
Prácticas	- En aula	14	14	28
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)			
Controles de lectura	3		26	29
Exposiciones y debates				
Tutorías	1		2	3
Actividades de seguimiento online				
Preparación de trabajos				
Otras actividades	6			6
Exámenes	3		27	30
TOTAL	45		105	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno**Manuales** (por orden alfabético):

Chamorro y Zarza, J.A.: Derecho Tributario. Parte general, Ratio Legis.

Martín Queralt, J. y otros: Derecho Tributario. Aranzadi, 2013.

Menéndez Moreno, A. (Dir.): Derecho Financiero y Tributario. Parte general. Lecciones de Cátedra. Lex Nova, 2013.

Pérez Royo, F. (Dir.): Curso de Derecho Tributario. Parte especial. Tecnos, 2013.

Legislación:

Constitución española de 1978, Tecnos.

Legislación básica del Sistema Tributario Español, Tecnos, 2013.

Derecho Financiero y Tributario. Parte general. Lex Nova, 2013.

Código Tributario, Aranzadi, Pamplona, Septiembre de 2013.

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

Agencia Estatal de la Administración Tributaria: www.aeat.es

Portal tributario de la Junta de Castilla y León: www.jcyl.es

Ministerio de Economía y Hacienda: www.meh.es

Instituto de Estudios Fiscales: www.ief.es

Legislación de la Unión Europea: <http://europa.eu.int>

Tribunal Constitucional: <http://www.tribunalconstitucional.es>

10.- Evaluación**Consideraciones Generales**

La evaluación continua es una parte fundamental del proceso de aprendizaje de la materia. Aquellos alumnos que suspendan la evaluación continua tendrán derecho a examen, sin embargo, su calificación no podrá ser superior al 60% de la calificación final.

Criterios de evaluación

Los criterios se distribuyen de la siguiente manera:

Primer control de lecturas obligatorias: 20 %	} Evaluación continua	40%
Segundo control de lecturas obligatorias: 20%		
Examen final teórico: 40%	} Evaluación final	60%
Examen final práctico: 20%		

Instrumentos de evaluación

Los controles de lectura son obligatorios para el alumno y no pueden recuperarse salvo casos de fuerza mayor debidamente acreditados.

La realización de ejercicios prácticos no puntúa, sin embargo, resultan imprescindibles para conocer la estructura y funcionamiento de la materia tributaria, y por ende, para superar satisfactoriamente el examen práctico que consistirá en aplicar los conocimientos teóricos previamente adquiridos.

Se evaluará el conocimiento de la legislación vigente y el estudio de la bibliografía recomendada. Todo esto se reflejará en el examen teórico.

Recomendaciones para la evaluación.

El estudio de la bibliografía recomendada por el profesor, la resolución de los ejercicios prácticos a lo largo de todo el curso, el análisis y comprensión de la legislación vigente, junto a los controles de lectura programados, resultan indispensables para superar la materia. La evaluación es una consecuencia lógica de tales actividades.

Recomendaciones para la recuperación.

No se admite la recuperación de la evaluación continua, salvo casos de fuerza mayor debidamente acreditados. El alumno sólo podrá recuperar el examen final.

GESTIÓN DEL PUNTO DE VENTA**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103953	Plan		ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	Semestral
Área	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS				
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA				
Plataforma Virtual	Plataforma:				
	URL de Acceso:				

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	ÁLVARO GARRIDO MORGADO	Grupo / s	1
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA		
Área	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		
Centro	FACULTAD DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA		
Despacho	010 (Edificio Departamental FES)		
Horario de tutorías	Pendiente de fijar		
URL Web			
E-mail	algamo@usal.es	Teléfono	3202

Profesor con responsabilidad docente	MARÍA HIDALGO BAZ	Grupo / s	1
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA		
Área	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		
Centro	FACULTAD DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA		
Despacho	311 (Edificio Departamental FES)		
Horario de tutorías	Pendiente de fijar		
URL Web			
E-mail	marhibaz@usal.es	Teléfono	3486

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
Módulo: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Materia: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Los alumnos ya tendrán los conocimientos generales del área comercial de las empresas. Esta asignatura profundiza en un sector concreto, el de la distribución minorista, y en la estructura empresarial del mismo. Se trata de una pieza clave para la comercialización de bienes y servicios, por lo que la especialización que con ella se ofrece será esencial para completar la formación en el ámbito comercial de las pequeñas y medianas empresas.
Perfil profesional.
Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas dentro del ámbito comercial

3.- Recomendaciones previas

Es recomendable haber superado las siguientes asignaturas dentro del Plan de Estudios:

Asignatura: FUNDAMENTOS DE MARKETING; Créditos: 6; Carácter: OBLIGATORIA

Asignatura: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR; Créditos: 3; Carácter: OBLIGATORIA

Asignatura: GESTIÓN COMERCIAL DE LA PYME; Créditos: 6; Carácter: OBLIGATORIA

Asignatura: DIRECCIÓN DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN; Créditos: 6; Carácter: OPTATIVA

4.- Objetivos de la asignatura

El objetivo principal de la asignatura es ofrecer a los alumnos una formación específica sobre el sector minorista. La estructura empresarial del que se encarga de las tareas vinculadas a la comercialización de bienes y servicios. Partiendo del papel de la Distribución Comercial en el sistema económico, se pretende revisar las funciones implicadas en el proceso de distribución.

5.- Contenidos

CONTENIDOS TEÓRICO/PRÁCTICOS:

TEMA 1. Localización del punto de venta

TEMA 2. Políticas de surtido

TEMA 3. Gestión por categorías

TEMA 4. Gestión de inventarios y stock

TEMA 5. Arquitectura del punto de venta

TEMA 6. Gestión y rentabilidad del lineal

TEMA 7. Merchandising y Publicidad en el Punto de Venta

6.- Competencias a adquirir

Las competencias básicas o generales a adquirir serán las del grado en Gestión de Pymes. Las competencias específicas y transversales que se desarrollarán en esta asignatura contribuyen a que el alumno adquiera las establecidas en el Módulo de Distribución Comercial cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Gestión de Pymes

De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Específicas.

De conocimiento:

M7. Conocer e identificar las decisiones claves de gestión del punto de venta, así como el sistema de información de ayuda a la toma de decisiones en estas empresas y el papel de la investigación de mercados en el mismo (A10, A11, A18, A22)

M8. Valorar la gestión de compras y logística como herramienta competitiva en una PYME comercial (A22)

De habilidad:

M12. Ser capaz de aplicar técnicas y métodos para la toma de decisiones estratégicas y operativas en los distintos niveles del canal comercial (B3, B5, B12)

M13. Saber gestionar las relaciones con los agentes que operan en el canal y valorar las consecuencias de las decisiones sobre el resto de los agentes que operan en el mismo (B3, B6, B11, B13, B14)

M14. Ser capaz de analizar los resultados de los niveles en los que puede operar una empresa comercial: canal, enseña, establecimiento, sección, lineal, categoría y marca (B8, B9, B12, B13)

M15. Adquirir los fundamentos básicos para efectuar una adecuada labor de consultoría empresarial a pequeñas y medianas empresas en materia de distribución comercial (B1, B2, B4, B11)

Transversales.

M16. Tener capacidad para evaluar críticamente los argumentos y adaptar la teoría a la realidad empresarial. (C2, C4, C6, C13, C15, C16)

M17. Tener capacidad para analizar y diseñar conclusiones razonadas bien estructuradas y, de una forma más limitada, problemas no estructurados a partir de un conjunto de datos proporcionados y a partir de datos que deben ser adquiridos por los estudiantes. (C1, C2, C3, C4, C5, C6, C11)

M18. Habilidades en el uso de las tecnologías de la comunicación y la información para adquirir, analizar y comunicar la información. (C1, C2, C4, C10, C11, C15)

M19. Habilidades de comunicación, incluyendo la capacidad de presentar información cuantitativa y cualitativa junto con su análisis, con argumentos y comentarios de forma apropiada para diferentes audiencias. (C1, C8, C9, C12, C13, C14, C15)

M20. Capacidades para llevar a cabo un aprendizaje independiente y autodirigido. (C2, C3, C6, C7, C8, C9, C10, C12)

M21. Experiencia de trabajo en grupo desarrollada con normalidad, y otras habilidades interpersonales, con capacidad de presentar los resultados de su trabajo de forma oral y escrita. (C1, C2, C14, C15, C16)

7.- Metodologías docentes

1. Sesiones teóricas/expositivas/magistrales, de carácter presencial, necesarias para la presentación de los contenidos teóricos y fundamentos básicos de la asignatura.

2. Sesiones prácticas, de carácter presencial, necesarias para aplicar a la realidad empresarial los conocimientos teóricos adquiridos. Podrán incluir las siguientes prácticas:

- a. Discusión y resolución de cuestiones de carácter práctico.
- b. Puesta en común de casos prácticos.
- c. Análisis y resolución de problemas cuantitativos.
- d. Debates sobre lecturas.
- e. Presentación y defensa de trabajos y ejercicios.

3. Trabajo del alumno ligado a las sesiones teóricas y prácticas, de carácter no presencial. Se desarrollará en la forma de:

- 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, problemas y ejercicios

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		28	42
Prácticas	- En aula	21	42	63
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)			
Seminarios				
Exposiciones y debates	3		5	8
Tutorías	1		5	6
Actividades de seguimiento online				
Preparación de trabajos			5	5
Sesión de preparación de examen	2			2
Exámenes	4		20	24
TOTAL	45		105	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

Díez, E. y Landa, J. (1996): Merchandising. Teoría y práctica, Pirámide.
 Miquel, S.; Parra, F.; Lhermie, C. y Miquel, M.J. (2008): Distribución Comercial, 6ª edición, Esic.
 Molinillo, S. (2012): Distribución comercial aplicada, Esic.
 Palomares, R. (2011): Merchandising. Teoría, práctica y estrategia, 2ª edición, Esic.
 Palomares, R. (2013): Marketing en el Punto de Venta, 2ª edición, Esic.
 Santesmases, M.; Merino, M.J.; Sánchez, J. y Pintado, T. (2009): Fundamentos de marketing, Pirámide.
 Soret, I. (2006): Logística y marketing para la distribución comercial, 3ª edición, Esic.
 Vázquez, R. y Trespalacios, J. A. (2006): Estrategias de Distribución Comercial, Thomson.
 Winston, W. L. (2005): Investigación de Operaciones. Aplicaciones y algoritmos, Thomson

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

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

No se admitirá el cambio de fechas de examen/controles, entregas de trabajos, etc.

Criterios de evaluación

La evaluación del alumno se basará en dos aspectos:

1. Rendimiento durante el semestre: 40%
 - Participación activa en sesiones presenciales (ejercicios, debates, etc): 10%.
 - Presentación y defensa de un trabajo final: 30%

2. Prueba final de la asignatura: 60%.

Para poder optar a la máxima puntuación del primer bloque (rendimiento durante el semestre), el alumno debe asistir al menos al 60% de las clases presenciales.

Para superar la asignatura, resulta necesaria una nota mínima de 2,4 sobre 6 en la prueba final, así como una de calificación global de 5 sobre 10 para superar la asignatura.

Instrumentos de evaluación

- Valoración de la implicación y participación del alumno en las actividades presenciales.
- Realización, presentación y defensa de trabajos y/o ejercicios.
- Pruebas de evaluación en las actividades presenciales.
- Prueba final de la asignatura

Recomendaciones para la evaluación.

Se recomienda un seguimiento continuado de los contenidos de la asignatura, asistiendo a las sesiones presenciales, y realizando las lecturas y tareas sugeridas tanto para preparar dichas sesiones como para trabajar los contenidos una vez concluidas.

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. La calificación obtenida en el bloque "rendimiento durante el semestre", que tiene un peso del 40% de la calificación de la asignatura, se mantendrá invariable.

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN EMPRESAS MINORISTAS**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103954	Plan	239	ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	Semestral
Área	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS				
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	ÁNGELA GONZÁLEZ LUCAS	Grupo / s	1
Departamento	ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA		
Área	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		
Centro	FACULTAD DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA		
Despacho	321 (Edificio Departamental FES)		
URL Web			
E-mail	ang@usal.es	Teléfono	3124

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
Módulo: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
Materia: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN EMPRESAS MINORISTAS
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Profundizar en el conocimiento sobre la gestión de pequeñas y medianas empresas facilitando para ello a los alumnos formación sobre la toma de decisiones relativas a las diferentes estrategias de marketing relativas a la variable distribución, partiendo para ello de los conocimientos que del ámbito comercial ya tienen los alumnos por el estudio previo de asignaturas propias de esta área.
Perfil profesional.
Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas dentro del ámbito comercial.

3.- Recomendaciones previas

Es recomendable haber superado las siguientes asignaturas dentro del Plan de Estudios:
 Asignatura: FUNDAMENTOS DE MARKETING; Créditos: 6; Carácter: OBLIGATORIA
 Asignatura: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR; Créditos: 3; Carácter: OBLIGATORIA
 Asignatura: GESTIÓN COMERCIAL DE LA PYME; Créditos: 6; Carácter: OBLIGATORIA
 Asignatura: DIRECCIÓN DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN; Créditos: 6; Carácter: OPTATIVA

4.- Objetivos de la asignatura

El objetivo de la asignatura es transmitir a los alumnos de forma clara y precisa contenidos relativos al diseño, elaboración y puesta en marcha de estrategias de distribución en el seno de pequeñas y medianas empresas de forma competitiva.

Los resultados de aprendizaje generales que se pretenden alcanzar con el estudio de esta asignatura son:

1. Conocer los conceptos teóricos clave relacionados con la dirección estratégica de la pequeña y mediana empresa desde el punto de vista de la distribución comercial.
2. Identificar la variedad de estrategias del fabricante y del distribuidor que permitirán a la empresa alcanzar la posición deseada.
3. Describir cómo se diseñan, planifican y ejecutan estas estrategias.
4. Conocer los detalles de la gestión de las estrategias.
5. Aplicar lo aprendido en relación a diferentes contextos relacionados con la gestión de la pequeña y mediana empresa desde la puesta en marcha de decisiones estratégicas referentes al ámbito de la distribución comercial.

5.- Contenidos

Bloque I. Introducción. El marketing en el contexto de la dirección estratégica de la empresa.

Estrategia y Marketing. Segmentación. Posicionamiento estratégico. La competencia. Diagnóstico estratégico.

Bloque II. Estrategias.

Estrategias de distribución. Decisiones estratégicas sobre los canales de distribución.

Bloque III. Elección y puesta en marcha de Estrategias en la pequeña y mediana empresa.

Diseño, ejecución, control del plan estratégico.

6.- Competencias a adquirir

Las competencias específicas y transversales que se desarrollarán en esta asignatura contribuyen a que el alumno adquiera las establecidas en el Módulo Distribución Comercial, cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas. De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

<p>Básicas/Generales.</p> <p>CG1. Saber comunicar información para la identificación y solución de problemas. CG2. Disponer de habilidades para la resolución de conflictos. CG3. Saber gestionar del tiempo, identificando con claridad las tareas a realizar con prioridad para cumplir con los plazos y evitar problemas de difícil rectificación. CG4. Demostrar capacidad para el aprendizaje autónomo, buscando información para dar respuestas a las demandas. CG5. Defender razonadamente las respuestas y soluciones planteadas... CG6. Mostrar vocación emprendedora, y actitud creativa e innovadora. CG7. Transmitir disposición para el trabajo en equipo. CG8. Realizar valoraciones sobre la validez de las respuestas planteadas. CG9. Demostrar actitud activa ante la asunción de riesgos y la toma de decisiones de manera autónoma.</p>
<p>Específicas.</p> <p>CA1. Conocer los principios económicos básicos, los conceptos, el contexto y las teorías de crecimiento y de desarrollo de las organizaciones empresariales, con especial incidencia sobre aquellos aspectos que afectan a las empresas de pequeña dimensión y a los mercados en los que actúan. CA2 Conocer las técnicas de evaluación e implantación de ideas que permiten el desarrollo de negocios innovadores, así como los fundamentos de gestión de la innovación necesarios para la maduración de la idea emprendedora y la gestión y desarrollo del plan de negocio. CA11. Conocer el funcionamiento de las nuevas tecnologías de la información aplicables a la gestión en la PYME, el diseño y utilización de equipos y aplicaciones informáticas para la gestión integral de la empresa (ERP), la práctica del Comercio Electrónico y en concreto del modo de funcionamiento de los negocios electrónicos por parte de estas empresas. CA12. Conocer los recursos y capacidades que permiten alcanzar una ventaja competitiva sostenible en la PYME según sus diferentes categorías, e identificar los mercados en los que pueden competir eficazmente a partir de las mejores prácticas disponibles en el marco español y europeo. CA13. Conocer las técnicas para la detección y diagnóstico de fortalezas y debilidades que afecten al adecuado funcionamiento de la actividad de la PYME para ofrecer asesoramiento específico y el planteamiento de soluciones a los problemas diagnosticados. CA14. Conocer las técnicas de evaluación e implantación de ideas que permitan el desarrollo de negocios innovadores, así como los fundamentos de gestión de la innovación necesarios para la maduración de la idea emprendedora y la gestión y desarrollo del plan de negocios.</p> <p>CB.13. Saber utilizar las aplicaciones informáticas empresariales vinculadas a la implantación de nuevas tecnologías en las PYMES y, en particular, en lo relacionado con la gestión integral (ERP), el comercio y negocio electrónicos.</p>
<p>Transversales.</p> <p>CT1. Dominar el uso de nuevas tecnologías. CT2. Apreciar y respetar la diversidad y la variedad de culturas. CT3. Actuar conforme a criterios de responsabilidad social y comportamiento cívico. CT4. Mostrar un trato justo con los demás, apoyando la igualdad de oportunidades. C15. Saber desarrollar habilidades sociales en contextos formales e informales.</p>

7.- Metodologías docentes

1. Lección participativa: exposición teórica y práctica de conceptos. Clase magistral y demostración con participación activa y dinámica del grupo de alumnos.
2. Trabajo en grupo: equipos de trabajo para aprendizaje de los contenidos. Estudio de casos para el trabajo de contenidos procedimentales y actitudinales, resolución de problemas, búsqueda de información complementaria. Trabajo en la Red.
3. Trabajo individual: estudio personal y realización individual de actividades. Estudio de casos para el trabajo de contenidos procedimentales y actitudinales, resolución de problemas, búsqueda de información complementaria. Trabajo en la Red.
4. Comprobación y seguimiento del proceso de enseñanza aprendizaje desarrollado.

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	15		20	35
Prácticas	26		52	78
Seminarios				
Exposiciones y debates				
Tutorías	1			1
Actividades de seguimiento online			5	5
Preparación de trabajos			5	5
Otras actividades (detallar)				
Exámenes	3		23	26
TOTAL	45		105	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

Abascal Rojas, F. (1996): Cómo se hace un plan estratégico. Esic.

Burruezo García, J.C. (2003): La Gestión Moderna del Comercio Minorista. Esic.

Carrión Maroto, J. (2007): Estrategia. De la Visión a la Acción. Esic.

De Val Pardo, I. (2005): Management Estratégico. Esic.

Díez de Castro, E (coordinador) (2004): Distribución Comercial. 3ª edición. Mc Graw Hill.

Miquel Peris, S. (coordinador) (2008): Distribución Comercial. 6ª edición. ESIC.

Munuera Alemán, J.L. Rodríguez Escudero, A.I. (2007): Estrategias de Marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección.

Palomares, R. (2012): Marketing en el Punto de Venta. Esic.

Stern, L.W.; El-Ansary, A.I.; Coughlan, A.T. y Cruz, I. (1999): Canales de Comercialización. 5ª edición. Prentice-Hall.

Vázquez Casielles, R. y Trespalacios Gutiérrez, J. A. (coordinadores) (2006): Estrategias de Distribución Comercial. Thomson.

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

<http://www.mercasa.es/publicaciones>

<http://www.anged.es/index.aspx>

<http://www.distribucionactualidad.com/>

<http://www.symbaloo.com/home/mix/distribucioncomercial8>

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

Se seguirá un procedimiento de evaluación continua.

Se valorará el trabajo realizado por el alumno, y la calificación obtenida en una prueba de evaluación objetiva final.

Criterios de evaluación

Evaluación continua: 40% de la nota final.
Se dará a conocer a los alumnos antes del examen.
Se pide obtener una calificación mínima de 4 sobre 10 para sumar la puntuación a la obtenida en la prueba objetiva final.

Prueba objetiva final: 60% de la nota final.
Se pide obtener una calificación mínima de 4 sobre 10 para sumar la puntuación a la obtenida en las pruebas de evaluación continua.

La asignatura se aprueba con una calificación total de 5 sobre 10 o superior.

Instrumentos de evaluación
La evaluación continua se calificará a partir de: <ul style="list-style-type: none">• Casos prácticos.• Controles (realizados aleatoriamente al finalizar las clases).• Actividades con herramientas en la red.• Participación del alumno en clase. La prueba final será un examen.
Recomendaciones para la evaluación.
<ul style="list-style-type: none">• Asistencia completa a las sesiones formativas.• Realización de todas las actividades propuestas.• Asimilación de contenidos previos para aprender los posteriores.• Consulta de dudas sobre contenidos no comprendidos en el momento en que se producen los interrogantes.• Participación activa e interacción con la profesora y el grupo de clase.
Recomendaciones para la recuperación.
<ul style="list-style-type: none">• Realización de las actividades propuestas realizadas de modo incompleto o no realizadas.• Consulta a la profesora sobre los aspectos del proceso de enseñanza aprendizaje a reforzar.• Nuevo estudio y asimilación de los contenidos.• La calificación en recuperación seguirá las mismas pautas en que evaluación ordinaria.

GESTIÓN DE OPERACIONES EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103955	Plan	239	ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	Semestral
Área	Organización de Empresas				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Campus Virtual Studium			
	URL de Acceso:	studium.usal.es			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Rebeca Cordero Gutiérrez	Grupo / s	1
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Organización de Empresas		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	318 Edificio FES		
Horario de tutorías	Pedir cita por email		
URL Web			
E-mail	rebecacg@usal.es	Teléfono	3127

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
Módulo: Organización de PYMEs Materia: Dirección de Operaciones
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Se inserta dentro de la materia de Dirección de operaciones, complementando la formación aportada por otras asignaturas "Métodos de Gestión", "Gestión de la Calidad" y "Logística y gestión de proveedores".
Perfil profesional.
Alumnos interesados en conocer la gestión logística del transporte y distribución comercial.

3.- Recomendaciones previas

Se recomienda haber cursado las asignaturas de Métodos de Gestión y Logística y gestión de proveedores.

Se recomienda tener buena comprensión matemática

4.- Objetivos de la asignatura

El objetivo de la asignatura es profundizar en las herramientas y metodologías de dirección de operaciones relacionadas con la distribución comercial.

5.- Contenidos

Introducción

1. Sistemas de distribución comercial: conceptos básicos

Diseño del sistema de distribución

2. Diseño de almacenes

3. Diseño de la flota de transporte

Gestión del sistema de distribución

4. Control de inventarios

5. Programación de rutas de transporte

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 Módulo Distribución comercial cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas.

De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Específicas.

CEDODC 1. Ser capaz de describir las principales decisiones relacionadas con la gestión operativa de los sistemas de distribución comercial.

CEDODC 2. Conocer distintas alternativas en el diseño de almacenes y ser capaz de identificar las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.

CEDODC 3. Conocer distintas alternativas en el diseño de la flota de transporte y ser capaz de identificar las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.

CEDODC 4. Ser capaz de aplicar técnicas básicas para la optimización de inventarios

CEDODC 5. Ser capaz de aplicar técnicas básicas para la programación de rutas.

Transversales.

CTLGP 1. Habilidad para el pensamiento abstracto, análisis y síntesis.

CTLGP 2. Habilidad para aplicar el conocimiento en situaciones prácticas.

CTLGP 3. Conocimiento y comprensión de las áreas temáticas y comprensión de la profesión.

CTLGP 4. Habilidad para adaptarse y actuar ante nuevas situaciones.

CTLGP 5. Habilidad para identificar, plantear y resolver un problema.

CTLGP 6. Habilidad para trabajar en equipo y autónomamente.

7.- Metodologías docentes

Sesiones teóricas/expositivas/magistrales, de carácter presencial, necesarias para la presentación de los contenidos teóricos y fundamentos básicos de la asignatura. Sesiones prácticas, de carácter presencial, necesarias para aplicar a la realidad empresarial los conocimientos teóricos adquiridos. Podrán incluir las siguientes prácticas:

- Discusión y resolución de cuestiones de carácter práctico.
- Puesta en común de casos prácticos.
- Análisis y resolución de problemas cuantitativos.
- Debates sobre lecturas aplicadas y noticias de prensa económica.
- Seminarios para la aplicación de contenidos.
- Presentación y defensa de trabajos y ejercicios.

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

- Lectura de documentación/material de la asignatura.
- Búsqueda y lectura de documentación complementaria.
- Realización de trabajos individuales y en grupo.

— Resolución de casos prácticos, problemas y ejercicios.

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	15	15		30
Prácticas	- En aula	23	45	68
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)			
Seminarios				
Exposiciones y debates				
Tutorías	1	8		9
Actividades de seguimiento online		1		1
Preparación de trabajos		25		25
Otras actividades (detallar)				
Exámenes	3		14	17
TOTAL	42	94	14	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

Anaya Tejero, J.J. (2000): Logística Integral. La Gestión Operativa de la Empresa, ESIC, Madrid.
 Arbones Malisani, E.A. (1990): Logística Empresarial, Marcombo, Barcelona.
 Ballou, R.H. (1991): Logística Empresarial: Control y Planificación, Díaz de Santos, Madrid.
 Coyle, J.J., Bardi, E.J. y Langley, C.J. (1996): The Management of Business Logistics, 6th edition, West Publishing, St Paul, Minneapolis.
 Fernández Suárez, N., García Laguna, J., Martínez Ferreras, J. y San José Nieto, L.A. (1999): Gestión de Stocks. Modelos de Optimización y Software, Secretariado de Publicaciones, Universidad de Valladolid.
 Gutierrez Casas, G. y Prida Romero, B. (1998): Logística y distribución física: evolución, situación actual, análisis comparativo y tendencias, McGrawHill, Madrid.
 Mathur, K. y Solow, D. (1996): Investigación de Operaciones, Prentice Hall, México. Parra Guerrero, F. (1996): Gestión de Stocks, ESIC Editorial, Madrid.

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

Se facilitarán a lo largo del curso

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

Se repartirá de la siguiente forma:

- Asistencia a clase y participación activa en la discusión y resolución de casos prácticos, en el análisis y resolución de problemas y en la realización de trabajos: 40%.
- Prueba final de la asignatura: 60%. Resulta necesaria una nota mínima de 5 sobre 10 para superar la asignatura

Instrumentos de evaluación

- Trabajos y ejercicios realizados y, si se considera oportuno, su presentación y defensa en las sesiones prácticas.
- Prueba final de la asignatura, escrita.

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 60 % en el total de la calificación de la asignatura.

ALIANZAS Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL

1.- Datos de la Asignatura

Código	103956	Plan		ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	Semestral
Área	Organización de Empresas				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:				

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Lucía Muñoz Pascual	Grupo / s	
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Organización de Empresas		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	101 Edificio FES (Campus Miguel de Unamuno, Salamanca)		
Horario de tutorías	Confirmar por email		
URL Web	http://www.usalempresa.es		
E-mail	luciamp@usal.es	Teléfono	923 29 45 00 Ext. 3524

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
Módulo: Organización de Empresas
Materia: Estrategia
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
El estudiante deberá tener unos conocimientos previos de las distintas áreas funcionales de la empresa, el papel de esta asignatura será el estudio de las alianzas y la cooperación empresarial como estrategias de la empresa
Perfil profesional.
Gestión de Pymes

3.- Recomendaciones previas

No existen requisitos formales, pero se recomienda haber cursado previamente las asignaturas: "Introducción a la Administración de Empresas", y "Gestión de Proyectos Empresariales"

4.- Objetivos de la asignatura

El objetivo de la asignatura es profundizar en las características de las distintas alianzas empresariales, para poder llevar a cabo un análisis estratégico de las implicaciones que conllevan este tipo de decisiones estratégicas.

5.- Contenidos

Tema 1.- Métodos de desarrollo estratégico: crecimiento orgánico vs crecimiento externo
 Tema 2.- La cooperación entre empresas: concepto y características
 Tema 3.- Beneficios e inconvenientes de la cooperación
 Tema 4.- Tipos de cooperación
 Tema 5.- La dirección de los acuerdos de cooperación
 Tema 6.- Aplicación de la teoría de juegos a las estrategias de cooperación.

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 Módulo Organización de PYMEs, cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Gestión de Pequeñas y medianas Empresas. De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Básicas/Generales.

Específicas.

Competencias específicas de conocimiento

1. Conocer y comprender la cooperación estratégica (MT1, MT5, MT6)
2. Conocer y comprender las alianzas: características (MT1, MT6)
3. Conocer las características de un acuerdo de cooperación (MT7)
4. Conocer el marco institucional de cooperación Público-Privado (MT6, MT7)
5. Conocer y comprender las ventajas y riesgos de la cooperación como alternativa (MT6)

Competencias específicas de habilidad

6. Saber diagnosticar el marco de cooperación (MT12)
7. Saber identificar los agentes básicos de una alianza (MT12)
8. Saber determinar las relaciones entre empresas y entre empresas-instituciones (MT12)
9. Saber gestionar acuerdos de cooperación, estableciendo las circunstancias determinantes de una gestión eficaz del acuerdo (MT12)
10. Saber exponer los factores determinantes de una alianza, trasladando una visión concreta del acuerdo y desarrollo efectivo (MT12)

Transversales.

7.- Metodologías docentes

Sesiones teóricas

Sesiones prácticas:

- Discusión y resolución de casos prácticos
 - Presentación y defensa de trabajos y ejercicios
 - Seminarios específicos de aplicación de contenidos

Trabajo individual y/o en grupo del alumno:

- Lectura de documentación de la asignatura
- Búsqueda y lectura de documentación complementaria
- Realización de trabajos individuales y en grupo
- Resolución de casos prácticos y ejercicios

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		15	13	8	36
Prácticas	- En aula	22,5	12,5	40	75
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática				
	- De campo				
	- De visualización (visu)				
Seminarios					
Exposiciones y debates		1			
Tutorías		1	4,5		5,5
Actividades de seguimiento online					
Preparación de trabajos					
Otras actividades (detallar)		2,5			2,5
Exámenes		3		27	30
TOTAL		45	30	75	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

Hitt, M.A.; Ireland, D. y Hoskisson, R.E. (1999): Administración Estratégica. Conceptos, Competitividad y Globalización, Thomson Paraninfo, Madrid.

Navas López, J.L. y L. A. Guerras Martín (2012): Fundamentos de Dirección Estratégica de la empresa, Cívitas, Madrid.

Navas López, J.L. y L. A. Guerras Martín (2007): Dirección Estratégica de la empresa. Teoría y Aplicaciones, Cívitas, 4ª ed., Madrid.

Ventura Victoria, J. (2008): Análisis estratégico de la empresa, Paraninfo, Madrid.

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

Se facilitará la referencia en el aula con el contenido específico requerido

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

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

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 y participación activa en la discusión y resolución de casos prácticos, en el análisis y resolución de problemas y en la realización de trabajos: 40%.
- Prueba final de la asignatura: 60%. Resulta necesaria una nota mínima de 5 sobre 10 para superar la asignatura.

Instrumentos de evaluación

Evaluación continua: casos prácticos, controles, ejercicios propuestos, participación activa, etc. Prueba final: Examen, que podrá ser de tipo test o a desarrollar, sobre cualquier parte de la materia tratada en clase.

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.
Repaso y comprensión de todo lo tratado en la materia, ya sea en las clases magistrales, como en las clases prácticas.

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN

1.- Datos de la Asignatura

Código	103957	Plan		ECTS	3
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	
Área	Organización de Empresas				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	http://studium.usal.es			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Jorge Matías Pereda	Grupo / s	
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Organización de Empresas		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	101		
Horario de tutorías	Jueves y Viernes de 18 a 21 horas		
URL Web			
E-mail	mpereda@usal.es	Teléfono	3524

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

Bloque formativo al que pertenece la materia	Organización de Empresas
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.	La Gestión de la Innovación se inserta dentro de la Organización de Empresas como una actividad básica de la empresa y de la actividad organizativa de la misma.
Perfil profesional.	<p>Dirección y Administración de Empresas</p> <p>La asignatura "Gestión de la Innovación" ofrecerá la formación básica sobre la Gestión de la Innovación en la empresa que garantiza la adquisición de las competencias y habilidades para la adaptación sostenible del futuro egresado a las cambiantes circunstancias organizativas de la profesión que le permitan una adecuada incorporación al mundo laboral, fomentando el espíritu emprendedor, la capacidad de liderazgo, el trabajo en equipo y el comportamiento ético en sus decisiones y acciones</p>

3.- Recomendaciones previas

No hay recomendaciones previas.

4.- Objetivos de la asignatura

En particular se pretende que el alumno pueda: 1. Comprender la importancia de los procesos de innovación en distintos campos 2. Comprender el concepto de innovación y su importancia desde el punto de vista competitivo 3. Manejar diversas herramientas de diagnóstico y gestión de la innovación en el entorno empresarial.

Todos los trabajos y presentaciones pueden entregarse y realizarse en lengua castellana e inglesa.

5.- Contenidos

Tema 1: Introducción a la Gestión de la Innovación

Elementos clave de la gestión de la innovación. La vigilancia tecnológica. Focalización de estrategias. Capacitación. Implantación. Aprendizaje.

Tema 2: Nociones sobre el proceso Innovador y Tecnológico en la Empresa

El proceso de innovación. Sistemas de Innovación. La actividad de I+D. Tecnología, definición y tipología. Gestión de la Tecnología. Árboles tecnológicos.

Tema 3: El Diagnóstico Tecnológico

El diseño de la estrategia tecnológica. El diagnóstico tecnológico. Herramientas de diagnóstico: Cadena de valor, Pronóstico de situación tecnológica, Cartera tecnológica, Racimos tecnológicos.

Tema 4: Creatividad e Innovación

Creatividad e Innovación. Fases. Factores que la condicionan. Creatividad y esquemas mentales. Del pensamiento reproductivo al pensamiento productivo. Técnicas de creatividad en la empresa.

6.- Competencias a adquirir

Las competencias específicas y transversales que se desarrollarán en esta asignatura contribuyen a que el alumno adquiera las establecidas en el Módulo Organización de PYMEs, cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas. De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Específicas.

Competencias específicas de conocimiento

1. Comprender el proceso de innovación
2. Comprender el encaje de la gestión de la innovación en la planificación global de la empresa
3. Comprender los sistemas de innovación.
4. Conocer la actividad de I+D en la empresa.
5. Conocer los elementos clave de la gestión de la innovación
6. Conocer los aspectos de la vigilancia tecnológica
7. Conocer el proceso y herramientas de diagnóstico tecnológico
8. Conocer el proceso de colaboración entre organismos públicos y empresas en materia de innovación.

Competencias específicas de habilidad

9. Saber distinguir los elementos clave de la gestión de la innovación
10. Saber elegir y evaluar la política de gestión tecnológica.
11. Saber distinguir los distintos tipos de actividad innovadora en la empresa.
12. Saber diseñar un plan básico de estrategia tecnológica y de innovación.
13. Saber elaborar un plan de diagnóstico tecnológico.
14. Saber tomar las distintas decisiones de gestión de la innovación.

Básicas/Generales.

Transversales.

Competencias transversales

15. Capacidad para evaluar críticamente los argumentos y adaptar la teoría a la realidad empresarial.
16. Capacidad para analizar y diseñar conclusiones razonadas bien estructuradas y, de una forma más limitada, problemas no estructurados a partir de un conjunto de datos proporcionados y a partir de datos que deben ser adquiridos por los estudiantes.
17. Habilidades de comunicación, incluyendo la capacidad de presentar información cuantitativa y cualitativa junto con su análisis, con argumentos y comentarios de forma apropiada para diferentes audiencias.
18. Capacidades para llevar a cabo un aprendizaje independiente y autodirigido.
19. Experiencia de trabajo en grupo desarrollada con normalidad, y otras habilidades interpersonales, con capacidad de presentar los resultados de su trabajo de forma oral y escrita.
20. Habilidad para percibir el proceso global de toma de decisiones y buscar soluciones estratégicas.

7.- Metodologías docentes

Sesión inicial introductoria, de carácter presencial, necesario para presentar e introducir la asignatura y efectuar una primera toma de contacto con los alumnos.

— Sesiones teóricas/expositivas/magistrales, de carácter presencial, necesarias para la presentación de los contenidos teóricos y fundamentos básicos de la asignatura.

— Sesiones prácticas, de carácter presencial, necesarias para aplicar a la realidad empresarial los conocimientos teóricos adquiridos. Se desarrollarán en el aula, en forma de:

- Discusión y resolución de cuestiones de carácter práctico.
- Puesta en común de casos prácticos.
- Debates sobre lecturas aplicadas y noticias de prensa económica.
- Reflexión sobre aspectos prácticos a través de la proyección de videos.
- Seminarios para la aplicación de contenidos.
- Presentación y defensa de trabajos y ejercicios.
- Puesta en acción directa a través de dinámicas de grupo.

— Sesiones de tutorización, de carácter presencial y no presencial, necesarias para efectuar un seguimiento más personalizado del alumno y orientarle en el desarrollo de la asignatura.

— Trabajo del alumno ligado a las sesiones teóricas, prácticas y de tutorización, de carácter no presencial. Se desarrollará en la forma de:

- Lectura de documentación/material de la asignatura.
- Búsqueda y lectura de documentación complementaria.
- Realización de trabajos individuales y en grupo.
- Resolución de casos prácticos.

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	12		4	16
Prácticas	- En aula	12	12	24
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)			
Seminarios				
Exposiciones y debates				
Tutorías				
Actividades de seguimiento online			15	15
Preparación de trabajos			20	20
Otras actividades (detallar)				
Exámenes				
TOTAL	45		51	75

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno
<p>Principal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de la Innovación y la Tecnología. María José Sánchez Bueno y Jorge Matías Pereda, Universidad de Salamanca, 2004 <p>Bibliografía complementaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de la Innovación Empresarial. Juan Vicente García Manjón, Netbiblo, 2010 • La Gestión de la Innovación y la Tecnología en las Organizaciones. Hidalgo Nuchera y otros, Ediciones Pirámide, 2002
Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

10.- Evaluación

Consideraciones Generales
<p>La asignatura sigue un sistema de evaluación continua donde la valoración más importante del alumno tiene lugar en las actividades realizadas a lo largo del cuatrimestre. La evaluación continua supone el 40% de la nota.</p> <p>Se realizará una prueba/examen al final de la asignatura de carácter global que supondrá el 60% de la nota. Será necesario alcanzar un 50% en la evaluación continua para poder realizar la prueba/examen final.</p>
Criterios de evaluación
<p>La evaluación se efectuará de la siguiente forma:</p> <p>— Participación activa en clase, en la discusión y resolución de cuestiones de carácter práctico, en la puesta en común de casos prácticos, en el análisis y resolución de problemas cuantitativos, en los debates sobre lecturas aplicadas y noticias de prensa económica, en la reflexión sobre los videos proyectados, en los seminarios para la aplicación de contenidos, en la presentación y defensa de</p>

trabajos y ejercicios, y en la acción directa efectuada en las dinámicas de grupo y en la prueba final objetiva.
Instrumentos de evaluación
<ul style="list-style-type: none">• Las pruebas de evaluación continua se compondrán de:• Casos prácticos• Discusiones en el aula• Dinámicas de grupo
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.
Recomendaciones para la recuperación.

ANALISIS Y CONTROL PRESUPUESTARIO DE PROYECTOS

1.- Datos de la Asignatura

Código	103958	Plan		ECTS	6
Carácter	OPTATIVA	Curso	4º	Periodicidad	Semestral
Área	Organización de PYMES				
Departamento	ADMINISTRACION Y ECONOMIA DE LA EMPRESA				
Plataforma Virtual	Plataforma:	STUDIUM			
	URL de Acceso:				

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	MIGUEL ANGEL HERNANDEZ MARTIN	Grupo / s	
Departamento	ADMINISTRACION Y ECONOMIA DE LA EMPRESA		
Área	CONTABILIDAD		
Centro	FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA		
Despacho	301		
Horario de tutorías	Lunes de 11:30 a 12:30		
URL Web			
E-mail	mhdez@usal.es	Teléfono	Ext. 3515

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

Bloque formativo al que pertenece la materia	Gestión de proyectos empresariales
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.	Obtener herramientas para el análisis y la viabilidad de proyectos
Perfil profesional.	Analista de proyectos / director de operaciones /cash management

3.- Recomendaciones previas

Tener superadas las asignaturas Análisis Contable de la Gestión Empresarial y Control de gestión de Pymes (3º). Conocimientos básicos de la hoja de cálculo Excel.

4.- Objetivos de la asignatura

- Conocer las claves para un proceso óptimo de planificación presupuestaria.
- Evitar los principales errores en la elaboración y control de presupuestos.
- Conocer las técnicas de seguimiento y control presupuestario.
- Conocer la forma de realizar y controlar los presupuestos de un proyecto.
- Conocer el análisis de desviaciones como técnica de control presupuestario.

5.- Contenidos

- TEMA 1.** Iniciativas y proyectos empresariales. Aspectos generales de su gestión.
TEMA 2. Aspectos legales y su repercusión económica.
TEMA 3. Planificación económica y financiera.
TEMA 4. Elaboración de estados financieros previsionales.
TEMA 5. Elaboración de presupuestos y análisis de costes asociados a un proyecto.
TEMA 6. Control presupuestario.
TEMA 7. Viabilidad de proyectos.

6.- Competencias a adquirir

Básicas/Generales.

Las competencias generales establecidas para el Grado.

Las competencias específicas y transversales que se desarrollarán en esta asignatura contribuyen a que el alumno adquiera las establecidas para el Módulo Organización de la PYMEs cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas.

De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Específicas.

1. Conocer y comprender las implicaciones legales de los nuevos proyectos de inversión. (CE.MT2, CE.MT3)
2. Conocer y comprender las implicaciones económicas y financieras y fiscales de los proyectos abordados por la empresa. (CE.MT3)
3. Conocer y comprender el proceso de planificación de un proyecto. (CE.MT4)
4. Conocer y comprender las características de la información previsional y la metodología para su elaboración y aplicación a un proyecto. (CE.MT6, CE.MT7)
5. Conocer y comprender los principios básicos para la elaboración de presupuestos y el control presupuestario. (CE.MT7)
6. Conocer y comprender el proceso de elaboración de un plan de viabilidad. (CE.MT6, CE.MT7)
7. Conocer y comprender los criterios para juzgar críticamente la realización y ejecución de un proyecto (CE.MT6, CE.MT7)
8. Saber analizar críticamente la información económico financiera para elaborar y comunicar informes útiles para la toma de decisiones (CE.MT9)
9. Saber identificar las repercusiones legales, económicas y financieras derivadas de la puesta en marcha de proyectos innovadores y de cooperación empresarial. (CE.MT9)
10. Saber diseñar y elaborar un plan de viabilidad (CE.MT10, CE.MT11, CE.MT12)
11. Saber elaborar estados financieros previsionales necesarios para la elaboración de presupuestos (CE.MT10, CE.MT11, CE.MT12)
12. Saber desarrollar y elaborar la planificación presupuestaria de un proyecto. (CE.MT10, CE.MT11, CE.MT12)
13. Saber aplicar los criterios para la evaluación de la viabilidad económico-financiera de un proyecto (CE.MT10, CE.MT11, CE.MT12)
14. Saber identificar variables clave para realizar un control efectivo de datos presupuestados (CE.MT10, CE.MT11, CE.MT12)

Transversales.

1. Capacidad de organizar y planificar el trabajo autónomo (CT.C.3).
2. Capacidad para identificar, discriminar y sintetizar los datos más significativos en las distintas fuentes de información (CT.C.4, CT.C.5).

3. Habilidad en la utilización de las tecnologías de la comunicación y la información aplicadas a la obtención de datos, su tratamiento estadístico y gráfico y su transmisión (CT.C.11).
4. Habilidad de elaborar informes basados en argumentos coherentes con las aportaciones teóricas y la evidencia empírica disponible, tanto histórica como actual (CT.C.6).
5. Desarrollar habilidades sociales participativas y comunicativas para trabajar en equipo (CT.C.8).
6. Capacidad de comunicar de forma coherente, convincente y eficaz, tanto oralmente como por escrito, utilizando formatos adaptados a las posibilidades de comprensión de la audiencia a la que nos dirigimos (CT.C.1).
7. Capacidad crítica respecto a las fuentes de información utilizadas y los conocimientos transmitidos (CT.C.13).

7.- Metodologías docentes

— Sesiones teóricas/expositivas/magistrales de carácter presencial para la presentación de los contenidos teóricos de la asignatura y fundamentos básicos para el desarrollo adecuado del resto de actividades formativas, 15 horas (0,6 ETCS). Cubre las competencias de 1 a 7.

— Sesiones prácticas, organizadas en distintos grupos de trabajo con un número de alumnos adecuado para poder desarrollar y aplicar a situaciones concretas los fundamentos y conceptos básicos presentados en las sesiones teóricas. 20 horas (0,8 ECTS). Cubre las competencias 8 a 14. Las sesiones prácticas se desarrollarán en forma de:

- Discusión y resolución de casos prácticos.
- Presentación y defensa de trabajos y supuestos.
- Seminarios específicos de aplicación de contenidos.
- Sesiones de aplicación de herramientas informáticas.
- Aplicación de metodologías de análisis.

— Sesiones de tutorización y seguimiento personalizado del alumno que permita su orientación en el desarrollo de la asignatura y en la preparación de los trabajos personales que le fueran solicitados. 7 horas (0,3 ECTS). Cubre todas las competencias.

— Trabajo del alumno ligado a las sesiones teórico/prácticas/tutorización de carácter no presencial. 78 horas (3,1 ECTS). Cubre todas las competencias. Este trabajo se desarrollará en forma de:

- Lectura de documentación /material de la asignatura.
- Búsqueda y lectura de documentación complementaria.
- Acceso y consulta a fuentes que recopilen información financiera de la empresa.
- Realización de trabajos individuales y en grupo.
- Resolución de casos prácticos y ejercicios.

— Trabajo del alumno vinculado a la preparación y realización del examen de la asignatura que se desarrollará durante las tres últimas semanas del semestre. 30 horas (1,2 ECTS)

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		48	62
Prácticas	- En aula	15		30	45
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática	6		7	13
	- De campo				
	- De visualización (visu)				
Seminarios					
Exposiciones y debates					
Tutorías		6			6
Actividades de seguimiento online					
Preparación de trabajos					
Otras actividades (detallar)					
Exámenes		4		20	24
TOTAL		40		110	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

CUESTIONES Y PROBLEMAS RESUELTOS DE DIRECCION Y GESTION DE PROYECTOS.
Universidad Politécnica de Valencia
FINANZAS Y PRESUPUESTOS. INTERPRETACION Y ELABORACION. Ediciones CEF

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

DOCUMENTOS AECA: La gestión de proyectos: un modelo de contabilidad de gestión. El proceso presupuestario en la empresa.

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

El sistema de evaluación es continuado, por lo que se valorará el trabajo del alumno a lo largo de semestre con el fin de certificar que el alumno ha adquirido las competencias requeridas para la asignatura.

Criterios de evaluación

La calificación total estará compuesta por la nota correspondiente a la evaluación continua y por la obtenida en el examen final, concretamente:

- * El 40% de la nota final corresponderá a la evaluación continua, que se calculará a partir de:
 - La asistencia y la participación activa en clase en la resolución de ejercicios y supuestos, en debates, tutorías, etc., y de la obtenida en la realización de trabajos para desarrollar a nivel particular.
 - Cuestionarios de preguntas abiertas o cerradas sobre cuestiones prácticas y teóricas que se puedan plantear a lo largo del semestre.
- * El 60% restante de la nota final corresponderá al examen final.

Instrumentos de evaluación

Prueba final (examen teórico-práctico) de la asignatura. Consiste en un test con 20/25 preguntas y cuatro respuestas posibles, además de un supuesto práctico a resolver.

Participación del alumno en clase, tutorías, asistencia a las prácticas y entrega de trabajos.

Pruebas intermedias escritas.

Recomendaciones para la evaluación.

Asistir a las clases teóricas, asimilar y repasar todos los conceptos importantes estudiados en la teoría de la asignatura y practicar con los ejercicios resueltos en el aula o propuestos por el profesor.

Recomendaciones para la recuperación.

Los mismos que para la evaluación ordinaria.

GESTION FINANCIERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103959	Plan		ECTS	6
Carácter	OPTATIVA	Curso	4º	Periodicidad	1.Cuatrimestre
Área	ECONOMIA FINANCIERA Y CONTABILIDAD				
Departamento	ADMINISTRACION Y ECONOMIA DE LA EMPRESA				
Plataforma Virtual	Plataforma:	STUDIUM			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	MARIA JESUS MORO MARTIN	Grupo / s	
Departamento	ADMINISTRACION Y ECONOMIA DE LA EMPRESA		
Área	ECONOMIA FINANCIERA Y CONTABILIDAD		
Centro	FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA		
Despacho	101 edificio FES		
Horario de tutorías	Solicitando cita a través de correo electrónico		
URL Web			
E-mail	mjmoro@usal.es	Teléfono	923.- 294500. Ext 3524

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Perfil profesional.
ECONOMISTA, GESTOR, FORMADOR, CONSULTOR, PROFESIONAL DE LA EMPRESA PRIVADA

3.- Recomendaciones previas

--

4.- Objetivos de la asignatura

MOSTRAR EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS FINANCIEROS QUE OFRECEN MÁS POSIBILIDADES DE INVERSIÓN, TANTO POR SU AMPLIA GAMA DE PRODUCTOS COMO POR SU COMPLEMENTARIEDAD.
ANALIZAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS QUE EN ELLOS SE NEGOCIAN, LOS MÉTODOS DE VALORACION, LAS ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN Y LAS POSIBILIDADES QUE OFRECEN A LOS INVERSORES O GESTORES DE CARTERA.

5.- Contenidos

1. IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE LOS NEGOCIOS.
2. TENDENCIA DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES
3. ESTRATEGIAS FINANCIERAS INTERNACIONALES
4. PLANEACION FINANCIERA CORPORATIVA
5. FINANZAS CORPORATIVAS

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 de Gestión Internacional de la Empresa, cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en PYMES.

De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

BASICAS

TRANSVERSALES:

1. Percepción global en la toma de decisiones
2. Espíritu analítico
3. Dinamismo y prontitud para tomar iniciativas
4. Disposición para el trabajo en equipo
5. Buena comunicación
6. Adaptabilidad al entorno
7. Familiaridad con las nuevas tecnologías (TIC)

7.- Metodologías docentes

Clases magistrales
Clases practicas
Exposición de trabajos
Debate
Resolución de ejercicios

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		22,5			22,5
Prácticas	- En aula	22,5			22,5
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática				
	- De campo				
	- De visualización (visu)				
Seminarios					
Exposiciones y debates		4,5			4,5
Tutorías		6	1,5		7,5
Actividades de seguimiento online				15	15
Preparación de trabajos				60	60
Otras actividades (detallar)					
Exámenes		3		15	18
TOTAL		60		90	150

9.- Recursos

<p>Libros de consulta para el alumno</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> GITMAN Lawrence J. Mc. Daniel Carl, EL MUNDO DE LOS NEGOCIOS, México, 1ª. Edición, HARLA, S.A. DE C.V. 1995, 936pp. <input type="checkbox"/> BREALEY Richard A. Myers Stewart, C., FUNDAMENTOS DE FINANZAS CORPORATIVAS, España, Mc Graw Hill, 1ª. Edición, 1996, 771 pp. <input type="checkbox"/> RUGMAN M. Alana, NEGOCIOS INTERNACIONALES, México, 1998 1ª. Edición Mc Graw Hill, 707pp. <input type="checkbox"/> EMERY Douglas R. FINNERY John D, ADMINISTRACION FINANCIERA CORPORATIVA, PEARSON EDUCACION, MEXICO, México 1ª. Edición 2000, 999 pp. <input type="checkbox"/>
<p>Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.</p> <p>LAS TICS</p>

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.

<p>Consideraciones Generales</p> <p>EXAMEN TIPO TEST</p>
<p>Criterios de evaluación</p>
<p>Instrumentos de evaluación</p>
<p>Recomendaciones para la evaluación.</p>
<p>Recomendaciones para la recuperación.</p>

OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR

1.- Datos de la Asignatura:

Código	103960	Plan		ECTS	
Carácter		Curso	4º	Periodicidad	Cuatrimestral
Área	Comercialización e Investigación de Mercados				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:				
	URL de Acceso:				

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Juan Maria Martin Gómez	Grupo / s	
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Comercialización e Investigación de Mercados		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	311		
Horario de tutorías	1 semanal		
URL Web			
E-mail	jum@fab.enusa.es	Teléfono	677.912203

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
GESTION INTERNACIONAL DE LA EMPRESA. GRADO PYMES
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Perfil profesional.

3.- Recomendaciones previas

Se debe tener conocimiento de:

- Fundamentos de Marketing
- Gestión comercial de la PYME
- Comportamiento del consumidor
- Comercio electrónico
- Investigación de Mercados
- Administración de negocio y Comercio Internacional

4.- Objetivos de la asignatura

Indíquense los resultados de aprendizaje que se pretenden alcanzar.

1. Conocer y comprender el papel del comercio exterior en la gestión comercial, esto es, su contenido, alcance y aplicaciones en la toma de decisiones comerciales.
2. Conocer las distintas fuentes de información necesarias para una operación en comercio exterior.
3. Conocer las distintas herramientas necesarias para identificar y seleccionar mercados exteriores.

Conocer los aspectos básicos del comercio exterior: conocimiento del entorno internacional, proceso de comercialización, aspectos financieros, logística, marco jurídico y negociación para cerrar operaciones

5.- Contenidos

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

- 1.- Selección de Mercados Internacionales
- 2.- Situación de la Empresa y el sector. Formas de entrada en los mercados internacionales.
- 3.- Marketing Internacional. Investigación del mercado seleccionado y estudio de las 4p's
- 4.- Contratación Internacional. El arbitraje Internacional
- 5.- Transporte Internacional. Los Incoterms. Los transitarios o Forwarders
- 6.- La Aduana. El Código Aduanero. Importaciones y exportaciones
- 7.- Fiscalidad Internacional. EL IVA y el INTRASTAT
- 8.- Medios de cobro y pago. El Crédito Documentario.
- 9.- Operaciones monetarias Internacionales. Control y Seguro de cambio .Financiación
- 10.- Áreas comerciales e Instituciones Internacional. EL GATT

TODOS los temas a desarrollar llevarán consigo ejercicios prácticos, sobre todo en cuanto a la DOCUMENTACION a emitir cada caso.

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 Módulo Gestión Internacional de la Empresa, cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas.

Básicas/Generales.

Específicas.

Transversales.

7.- Metodologías docentes

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

La asignatura requiere una dedicación media del alumno de 150 horas (6 créditos), con 45 horas (30%) de dedicación presencial o interacción obligatoria con el profesor, y 105 horas (70%) de trabajo por parte del alumno.

Las actividades formativas durante las semanas lectivas (15 primeras semanas del semestre) requerirán 120 horas (80% de la dedicación total; 4,8 créditos), que serán de carácter tanto presencial como no

presencial. Las actividades serán:

- Sesiones teóricas/expositivas/magistrales de carácter presencial para la presentación de contenidos – 15 horas (10,0% sobre dedicación total; 0,6 créditos) – cubre las competencias 1-5.
- Sesiones prácticas de carácter presencial – 20 horas (13,3% sobre dedicación total; 0,8 créditos) – cubre las competencias 6-10.
 - o Discusión y resolución de casos prácticos.
 - o Presentación y defensa de trabajos y ejercicios.
- Trabajo del alumno ligado a sesiones teóricas/prácticas/tutorización de carácter no presencial – 78 horas (52,0% sobre dedicación total; 3,1 créditos) – cubre todas las competencias.
 - o Lectura de documentación/material de la asignatura.
 - o Búsqueda y lectura de documentación complementaria.
 - o Realización de trabajos individuales y en grupo.
 - o Resolución de casos prácticos y ejercicios.

Adicionalmente, la asignatura requiere una dedicación del alumno durante el periodo de exámenes (3 últimas semanas del semestre) de 30 horas (20% de la dedicación total; 1,2 créditos), con 3 horas de carácter presencial para la realización de las pruebas de examen, y 27 horas de carácter no presencial para la preparación de dichas pruebas.

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	15			15
Prácticas	- En aula	20		20
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)			
Seminarios				
Exposiciones y debates				
Tutorías	7			7
Actividades de seguimiento online				
Preparación de trabajos		78		78
Otras actividades (detallar)				
Exámenes			30	30
TOTAL	42	78	30	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno
Comercio Exterior .ICEX Técnicas de Comercio Exterior. Pirámide. M.A Díaz Mier El comercio Internacional. Incertidumbres y Soluciones. Pirámide. Ramón Boixados
Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

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
Se trata de un sistema de evaluación continua donde se pretende valorar tanto el trabajo del alumno a lo largo del semestre como la prueba/examen final.
La asistencia a clase es obligatoria y por lo tanto, no puntúa para la nota. Si la asistencia no es al menos del 80%, el alumno no tendrá derecho a la puntuación de la evaluación continua.
El 60% de la Nota lo comprenderá el TRABAJO
El 40% restante será:

-20% LA EXPOSICIÓN -20 % el EXAMEN Final(obligatorio aprobar)
Criterios de evaluación
Instrumentos de evaluación
Recomendaciones para la evaluación.
Recomendaciones para la recuperación.

DERECHO DE LOS CONTRATOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL**1.- Datos de la Asignatura**

Código	103961	Plan	239	ECTS	6
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	Semestral
Área	Derecho Mercantil				
Departamento	Derecho Privado				
Plataforma Virtual	Plataforma:	STUDIUM			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Alfredo Ávila de la Torre		
Profesor/es con responsabilidad docente	Alfredo Ávila de la Torre		
Departamento	Derecho Privado		
Área	Derecho Mercantil		
Centro	Facultad de Economía y Empresa		
Despacho	Despacho 208 (Facultad de Derecho)		
Horario de tutorías	Tutorías de coordinación: a través del correo electrónico		
E-mail	aadlt@usal.es	Teléfono	923294441 ext. 1687

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

Bloque formativo al que pertenece la materia
Entorno económico y jurídico
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
La asignatura contribuye a completar la formación de los estudiantes al facilitarle la comprensión el régimen jurídico de contratación en el comercio internacional,. Igualmente y en lo que hace al bloque formativo, asignatura acerca al estudiante a conceptos que después deberá manejar en otras disciplinas, tales como contabilidad, organización de empresas o finanzas.
Perfil profesional.
Gestión de pequeñas y medianas empresas

3.- Recomendaciones previas

Conocimientos de Derecho Civil

4.- Objetivos de la asignatura

El alumno debe conocer y comprender conceptos e instituciones básicas de la contratación en el comercio internacional. De esta forma, el estudiante que haya cursado la asignatura estará en condiciones de saber optar por fórmula jurídica que mejor se adecua a la actuación empresarial, tanto el origen como durante el tiempo que dure su actividad empresarial. En coherencia con ello, el estudiante debe estar capacitado para manejarse con cierta soltura en la estructura jurídica elegida, a la vez que debe saber resolver de forma adecuada relaciones jurídicas con otros operadores económicos, valorando el riesgo jurídico de las mismas.

5.- Contenidos

T1.- La organización del comercio Internacional
 T2.-El régimen jurídico aplicable a las relaciones jurídicas contractuales en el comercio internacional.
 T3.- El Convenio de Viena sobre compraventa internacional de mercaderías.
 T4.- El Convenio de Ginebra sobre transporte internacional
 T5.- El Convenio de Montreal
 T6.-Medios de Pago y garantías en el comercio internacional

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 correspondiente cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en PYMEs.

De forma específica, se trabajan las siguientes competencias:

Básicas/Generales.
CG1.- Conocer y comprender los aspectos conceptuales, sistemáticos y metodológicos del Derecho mercantil (C6)
CG2.- Conocer y comprender los aspectos del régimen jurídico de las instituciones e instrumentos del tráfico mercantil contenidos en el ordenamiento jurídico español y, en su caso, en los ordenamientos jurídicos autonómicos (C6)
CG3.- Conocer los sistemas de solución de conflictos en el ámbito mercantil, su funcionamiento y fuerza vinculante.(C6)

Específicas.
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Competencias específicas de conocimiento:</i> CEDM1.- Conocer y comprender los aspectos conceptuales, sistemáticos y metodológicos de la contratación internacional (A19) CEDM2.- Conocer y comprender los aspectos de régimen jurídico de las instituciones e instrumentos del tráfico mercantil (A19) CEDM3.- Conocer los sistemas de solución de conflictos en el ámbito mercantil. Su funcionamiento y fuerza vinculante. (A19) - <i>Competencia específicas de habilidad</i> CEDM4. Saber valorar las operaciones económico-mercantiles, a fin de poder manejarse con cierta soltura con ellas. (A19) CEDM6.- Saber determinar el régimen jurídico eventualmente aplicable a los diferentes supuestos de la realidad del tráfico mercantil, a fin de poder valorar el riesgo jurídico de las distintas operaciones(A19) CEDM7.- Saber interpretar las diferentes normas mercantiles, así como el contenido de las resoluciones y laudos en materia mercantil(A19)

Transversales.
<p>Las competencias que se desarrollarán en esta asignatura contribuyen a que el alumno adquiera las competencias establecidas en el Módulo Entorno Económico y Jurídico cuya relación aparece recogida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Administración y Dirección de Empresas. A continuación se enumeran aquellas que se fomentan más específicamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - CTDM1.- El estudiante debe demostrar habilidad para mostrar sus conocimientos en situaciones prácticas (F2) - CTDM2.- El estudiante debe ser capaz de trabajar de forma autónoma (F9) - CTDM3.- El estudiante debe investigar a un determinado nivel (F8) - CTDM4.- El estudiante debe saber trabajar en equipo (F16)

7.- Metodologías

Las competencias propuestas se lograrán a través de una triple metodología. En primer término, la clase magistral teórica servirá para concretar y fijar conocimientos previamente adquiridos por el estudiante. En segundo lugar, se recurre a la metodología basada en el análisis de casos prácticos o cuestiones jurídicas concretas, a través de seminarios y clases prácticas. Finalmente, en las tutorías se recurre a la metodología basada en la investigación.

8.- Previsión de Técnicas (Estrategias) Docentes

		Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
		Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales		14		28	42
Prácticas	- En aula	10.5		16	26.5
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática				
	- De campo				
	- De visualización (visu)				
Seminarios		10.5		7	17.5
Exposiciones y debates					
Tutorías		1		14	15
Actividades de seguimiento online					
Preparación de trabajos		5		14	19
Otras actividades (detallar)					
Exámenes		4		26	30
TOTAL		45		105	150

9.- Recursos**Libros de consulta para el alumno**

ÁVILA DE LA TORRE A. Lecciones de derecho de los contratos en el comercio internacional. Ratio Legis. Salamanca, 2007

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

<http://www.uncitral.org>

<http://www.iccspain.org>

<https://www.unidroit.org>

10.- Evaluación**Consideraciones Generales**

El sistema de evaluación es continuo. De este modo, la calificación total estará compuesta tanto por la calificación correspondiente a la evaluación de las exposiciones en clase, trabajos entregados o participación en seminarios como por el examen final. Se fija en un 60% de la nota final el valor de la calificación obtenida en el examen, mientras que el 40% restante se completará con la nota media obtenida en el resto de las actividades programadas. Para superar la asignatura es necesario tener aprobadas todas las actividades que se programen, valorándose positivamente la asistencia a clase.

Criterios de evaluación

- 1.- Se calificará la evaluación continua teniendo en cuenta la correcta preparación y participación en las clases teóricas, la resolución de casos prácticos y la participación en seminarios. La nota media obtenida en estas actividades supondrá un 30% de la nota final.
- 2.- De igual modo, se valorará la correcta elaboración de los trabajos de propuestos con seguimiento tutorial. La nota obtenida en esta actividad supondrá un 10% de la nota final
- 3.- El examen final será escrito. La nota obtenida en esta actividad supondrá un 60% de la nota final.

Instrumentos de evaluación

- Clases teóricas: Las materias que se aborden en las clases teóricas deberán ser previamente preparadas por los estudiantes, de modo que se valorará positivamente la preparación y participación en clase de los alumnos.
- Resolución de casos prácticos: La entrega del 75 % de las prácticas es obligatoria y deberá hacerse siempre antes de su resolución en clase.
- Trabajos individuales o en grupo: Entrega obligatoria
- Exposición en seminarios: Entrega obligatoria

Recomendaciones para la evaluación.

No podrán entregarse trabajos en una fecha posterior a la del examen final.

Recomendaciones para la recuperación.

A excepción del examen final solamente son recuperables las actividades que no requieran presencialidad. El examen se recupera mediante la realización de una nueva prueba de las mismas características en la fecha establecida por el Centro. Las actividades recuperables de la evaluación continua ser realizarán en los períodos fijados por el profesor.